SR Research Report
2014/6/10

タキヒヨー（9982）

当レポートは、掲載企業のご依頼により弊社が作成したものです。投資家用の各企業の『取扱説明書』を提供することを目的としています。正確で客観性・中立性を重視した分析を行うべく、弊社ではあらゆる努力を尽くしています。中立的でない見解の場合は、その見解の出所を常に明示します。例えば、経営側により示された見解は常に企業の見解として、弊社による見解は弊社見解として提示されます。弊社の目的は情報を提供することであり、何かについて説得したり影響を与えたりする意図は持ち合わせておりません。ご意見等がございましたら、sr_inquiries@sharedresearch.jp までメールをお寄せください。ブルームバーグ端末経由でも受け付けております。

目次

要約 3
主要経営指標の推移 4
直近更新内容 5
　概略 5
業績動向 5
　四半期実績推移 5
　今期の会社予想 8
　中長期業績見通し 9
事業内容 10
　ビジネス概要 10
　SW 分析（Strengths,　Weaknesses） 27
　市場とバリューチェーン 28
　経営戦略 35
過去の財務諸表 37
　損益計算書 44
　貸借対照表 46
　キャッシュ・フロー計算書 48
その他情報 50
　沿革 50
　ニュース＆トピックス 51
　大株主 52
　トップマネジメント 53
　従業員 53
　株主還元 53
企業概要 54

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

要約

事業内容

- 同社は、名古屋に現存する繊維商社としては最も古い歴史を有している。愛知県は古くから繊維の産地として知られており、尾張織物として江戸時代から全国に流通していた。なかでも同社は十代、260余年以上の伝統を誇る老舗である。
- 2015年2月期において同社は、広義では繊維専門商社というカテゴリーに属するが、テキスタイル（生地）、ブランド服の生産、チェーンストア（量販店）・専門店向けアパレル製品の生産、雑貨小売業、さらに不動産など事業展開は多岐にわたる。主力事業はチェーンストア・専門店向けのアパレル事業となる。

業績動向

- 第4四半期（12－2月期）の売上高は184億円（前年同期比4.3%増）、営業利益は0.9億円（同40.9%増）、経常利益は0.9億円（同566.7%増）、四半期純損失は0.5億円（前年同期2.1億円の純損失）となった。小売店側における消費増税前の駆込み需要に備えた商品確保により、特に2月は堅調に推移したとしている。
- 2014年2月期の連結売上高は、794億円（前年比6.5%増）、同営業利益は19.2億円（同30.0%減）、同経常利益は20.1億円（同30.1%減）、同当期純利益は11.5億円（同20.2%減）となった。売上総利益率が20.2%と、前年の22.5%からは2.3ポイント低下した。円安や、売上シェア向上に重点を置いた営業施策が影響したとしている。
- 2015年2月期の会社計画は、連結売上高820億円（同3.3%増）、同営業利益21億円（同9.3%増）、同経常利益21億円（同4.5%増）、同当期純利益12億円（同4.1%増）となっている。

同社の強みと弱み

- SR社では、同社の強みを、高い信用力、「しまむら」との強い関係、トップマネジメントの高い士気の3点だと考えている。一方、弱みは、限定的な小売事業における経験、長年低迷していた業績、資産効率にあると考えている。（後述の「SW（Strengths & Weaknesses）分析」の項参照）

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

主要経営指標の推移

損益計算書 （百万円）	10年2月期 連結	11年2月期 連結	12年2月期 連結	13年2月期 連結	14年2月期 連結	15年2月期 会社予想
売上高	**68,865**	**67,199**	**69,297**	**74,547**	**79,370**	**82,000**
前年比	−12.3%	−2.4%	3.1%	7.6%	6.5%	3.3%
売上総利益	14,327	13,274	15,023	16,788	16,008	
前年比	−7.4%	−7.3%	13.2%	11.7%	−4.6%	
売上総利益率	20.8%	19.8%	21.7%	22.5%	20.2%	
営業利益	699	395	2,090	2,744	1,921	2,100
前年比	−45.0%	−43.4%	428.6%	31.3%	−30.0%	9.3%
営業利益率	1.0%	0.6%	3.0%	3.7%	2.4%	2.6%
経常利益	1,196	1,150	2,168	2,875	2,010	2,100
前年比	−32.8%	−3.8%	88.4%	32.6%	−30.1%	4.5%
経常利益率	1.7%	1.7%	3.1%	3.9%	2.5%	2.6%
当期純利益	**573**	**592**	**845**	**1,444**	**1,152**	**1,200**
前年比	−42.4%	3.3%	42.8%	70.9%	−20.2%	4.1%
純利益率	0.8%	0.9%	1.2%	1.9%	1.5%	1.5%
一株当たりデータ						
期末発行済株式数	51,532	48,000	48,000	48,000	48,000	
EPS	12	12	18	31	25	26
EPS（潜在株式調整後）	12	12	18	31	25	
DPS	8	8	10	8	8	8
BPS	575	579	614	676	678	
貸借対照表 （百万円）						
現金・預金・有価証券	3,006	1,781	2,428	3,136	2,917	
流動資産合計	**23,239**	**22,853**	**23,388**	**26,235**	**26,445**	
有形固定資産	15,186	17,093	21,348	20,826	20,788	
投資その他の資産計	6,126	5,815	5,684	5,761	5,518	
無形固定資産	89	71	529	488	441	
資産合計	**44,642**	**45,833**	**50,949**	**53,311**	**53,193**	
買掛金	9,521	8,210	8,916	9,684	9,974	
短期有利子負債	1,930	3,360	2,943	1,280	2,680	
流動負債合計	**14,327**	**14,270**	**14,659**	**15,307**	**15,717**	
長期有利子負債	1,500	2,825	5,963	4,725	3,825	
固定負債合計	**2,529**	**4,001**	**7,357**	**6,397**	**5,732**	
負債合計	**16,857**	**18,271**	**22,016**	**21,704**	**21,449**	
純資産合計	**27,785**	**27,561**	**28,933**	**31,606**	**31,744**	
有利子負債（短期及び長期）	3,430	6,185	8,906	6,005	6,505	
キャッシュフロー計算書 （百万円）						
営業活動によるキャッシュフロー	2,675	−1,357	3,497	3,554	−837	
投資活動によるキャッシュフロー	−3,368	−1,885	−4,572	579	446	
財務活動によるキャッシュフロー	−34	2,053	1,723	−3,540	123	
財務指標						
総資産利益率（ROA）	1.3%	1.3%	1.7%	2.8%	2.2%	
自己資本利益率（ROE）	2.0%	2.1%	3.0%	4.8%	3.7%	
自己資本比率	62.1%	59.9%	56.6%	59.0%	59.4%	

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

直近更新内容

概略

2014 年 4 月 9 日、タキヒヨー株式会社との取材を踏まえ、2014 年 2 月期第通期決算内容を更新した。
（詳細は 2014 年 2 月期通期決算項目を参照）

2014 年 3 月 31 日、同社は、2014 年 2 月期通期決算を発表した。
（決算短信へのリンクはこちら）

3ヵ月以上経過した会社発表は、ニュース＆トピックスを参照。

業績動向

四半期実績推移

四半期業績推移	13年2月期				14年2月期				14年2月期	
（百万円）	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	（達成率）	通期会予
売上高	18,796	16,392	21,752	17,607	19,635	17,666	23,701	18,368	99.2%	80,000
前年比	*15.4%*	*6.2%*	*6.2%*	*2.9%*	*4.5%*	*7.8%*	*9.0%*	*4.3%*		
売上総利益	4,698	3,652	5,041	3,397	4,111	3,519	4,914	3,464		
前年比	*31.8%*	*17.4%*	*3.7%*	*-2.6%*	*-12.5%*	*-3.6%*	*-2.5%*	*2.0%*		
売上総利益率	25.0%	22.3%	23.2%	19.3%	20.9%	19.9%	20.7%	18.9%		
販管費	3,650	3,317	3,515	3,573	3,736	3,408	3,550	3,399		
前年比	*13.2%*	*6.4%*	*8.0%*	*7.3%*	*2.4%*	*2.7%*	*1.0%*	*-4.9%*		
売上高販管費比率	19.4%	20.2%	16.2%	20.3%	19.0%	19.3%	15.0%	18.5%		
営業利益	1,045	342	1,505	-148	373	115	1,347	86	109.8%	1,750
前年比	*203.9%*	-	*-5.2%*	-	*-64.3%*	*-66.4%*	*-10.5%*	-		
営業利益率	5.6%	2.1%	6.9%	-	1.9%	0.7%	5.7%	0.5%		
経常利益	1,070	351	1,519	-65	453	105	1,367	85	105.8%	1,900
前年比	*192.0%*	-	*-4.3%*	-	*-57.7%*	-	*-10.0%*	-		
経常利益率	5.7%	2.1%	7.0%	-	2.3%	0.6%	5.8%	0.5%		
当期利益	589	158	907	-210	271	79	854	-52	96.0%	1,200
前年比	-	-	*-3.1%*	-	*-54.0%*	*-50.0%*	*-5.8%*	-		
当期利益率	3.1%	1.0%	4.2%	-	1.4%	0.4%	3.6%	-		

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

2014 年 2 月期通期実績

2014 年 3 月 31 日、同社は 2014 年 2 月期通期決算を発表した。通期会社予想に対しての達成率は売上高で 99.2%、営業利益で 109.8%、経常利益で 105.8%、当期純利益で 96.0%となった。なお、通期会社予想は、第 2 四半期決算発表時において修正されたものである。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

第 4 四半期（12－2 月期）の売上高は 184 億円（前年同期比 4.3%増）、営業利益は 0.9 億円（同 40.9%増）、経常利益は 0.9 億円（同 566.7%増）、四半期純損失は 0.5 億円（前年同期 2.1 億円の純損失）となった。小売店側における消費増税前の駆込み需要に備えた商品確保により、特に 2 月は堅調に推移したとしている。

結果 2014 年 2 月期通期業績は、売上高 794 億円（前年比 6.5%増）、営業利益は 19 億円（同 30.0%減）、経常利益は 20 億円（同 30.1%減）、当期純利益は 12 億円（同 20.2%減）となった。

顧客別（累計）には、しまむらグループ向が売上高 211 億円（前年比 16.5%増）、売上構成比 29.1%（前年 26.6%）と大きく伸長した。また、オンワード樫山（売上高 29 億円、同 7.6%増）やイトキン（売上高 13 億円、同 23.1%増）等のアパレル大手向けも消費マインドの改善を受け伸長している。この他、通販向け売上高も堅調に推移し、特にベルーナ向け 35 億円（同 26.4%増）やセシール向けが 13 億円（同 7.6%増）が伸びた。一方、イオン向け（トップバリュー含む）は、売上高 65 億円（同 5.1%減）と減少した。

商品別では、ボトムスを中心に主力のレディースアパレルが、大手専門店チェーン、通販などにおいて売上高を拡大し 3.5%増となった。またホームウェアは 10.6%増、テキスタイルでは、欧米有名ブランド向けの生地輸出が好調に推移し 5.8%増となった。

商品別売上高推移

（百万円）	2014年2月期	構成比	前年比
レディースアパレル	41,465	57.2%	3.5%
ベビー・キッズアパレル	11,684	16.1%	4.6%
ホームウェア	5,483	7.6%	10.6%
テキスタイル・OEM	10,942	15.1%	5.8%
その他	2,942	4.1%	77.7%

出所：会社側資料をもとにSR社作成

ホームウェアの伸びが高いのは、2014 年 2 月期に組織上の組換えがあったためである。2013 年 2 月期の売上高を組換え後のベース（5,355 百万円）とすると、2014 年 2 月期の実質的な伸びは 2.4%増に留まる。また、テキスタイル部に属していた貿易部（2015 年 2 月期より国際営業部・貿易部へと変更）のみの売上高は、前述の生地輸出が好調に推移したことから、4,071 百万円（前年比 31.7%増）となった。

*組織変更の詳細は、組織体制の項を参照

また、2013 年春夏シーズンからの新ブランド「BERARDI（ベラルディ）」を全国主要百貨店 30 店舗で立ち上げたが、売上高は前年比（アンクライン比）15%減程度に留まった模様。ア

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

ンクラインの顧客層よりも若い層向けのブランドでもあるため、ブランドの認知および売場のリロケーションによる訴求力の向上に努めているとしている。

売上総利益率（累計）は、20.2%と前年の 22.5%からは 2.3 ポイント低下した。円安や、売上シェア向上に重点を置いた営業施策が影響したとしている。7 月に「ホーチミン駐在員事務所」を開設し、引き続き、利益率低下を挽回すべく、中国内陸部及びベトナム、カンボジアをはじめとする ASEAN 諸国での生産拠点の拡充を進めている。

販売管理費（累計）は、物流費を中心に抑制され対売上高比率は 17.8%（前年 18.9%）に改善された。

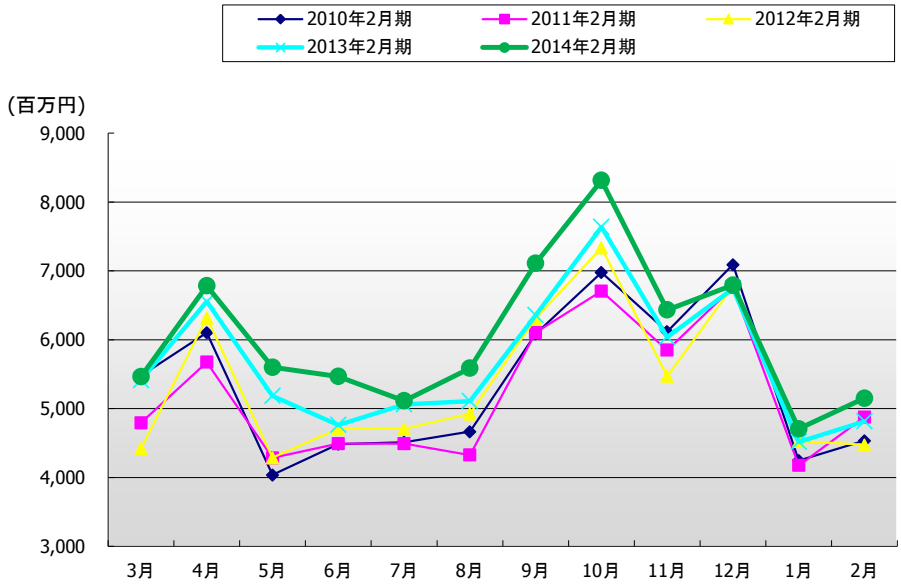
営業利益（累計）は、売上総利益率の低下に伴い 19.2 億円（前年比 30.0%減）、営業利益率は 2.4%（前年 3.7%）となった。

当期純利益（累計）は 11.5 億円（前年比 20.2%減）、年間配当は一株当たり 8 円、配当性向は 31.1%となった。

賃貸事業については、栄 3 丁目に同社が保有する不動産を株式会社パルコに賃貸することが決定し、2014 年秋に「名古屋 ZERO GATE（仮称）」がオープンする予定となっている。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

月次売上高動向



出所：会社側資料をもとにSR社作成

同社は、四半期決算発表ごとに月次を公表している。春先および９月から年末にかけてが需要期となっている。

今期の会社予想

15年2月期予想	14年2月期実績			会社予想		
（百万円）	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	**37,301**	**42,069**	**79,370**	**38,700**	**43,300**	**82,000**
前年比	6.0%	6.9%	6.5%	3.7%	2.9%	3.3%
売上原価	29,671	33,691	63,362			
売上総利益	**7,630**	**8,378**	**16,008**			
前年比	−8.6%	−0.7%	−4.6%			
売上総利益率	20.5%	19.9%	20.2%			
販売費及び一般管理費	7,144	6,949	14,093			
売上高販売管理費率	19.2%	16.5%	17.8%			
営業利益	**488**	**1,433**	**1,921**	**600**	**1,500**	**2,100**
前年比	−64.8%	5.6%	−30.0%	22.8%	4.7%	9.3%
営業利益率	1.3%	3.4%	2.4%	1.6%	3.5%	2.6%
経常利益	**558**	**1,452**	**2,010**	**640**	**1,460**	**2,100**
前年比	−60.7%	−0.1%	−30.1%	14.6%	0.6%	4.5%
経常利益率	1.5%	3.5%	2.5%	1.7%	3.4%	2.6%
当期純利益	**350**	**802**	**1,152**	**360**	**840**	**1,200**
前年比	20.4%	15.1%	−20.2%	2.6%	4.7%	4.1%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

2015 年 2 月期の連結売上高は、820 億円（前年比 3.3%増）を見込んでいる。上期が 3.7%増、下期が 2.9%増の前提である。

顧客別では、積極出店を続けるしまむらグループ向け（2014 年 2 月期末店舗数 1,860、2015 年 2 月期末予定店舗数 1,933）や、同社が注力する通販向け（ベルーナ、セシールなど）、ODM 先への売上拡大が期待される。

新ブランド「BERARDI（ベラルディ）」に関しては、2014 年 2 月期末の 30 店舗から、スクラップアンドビルドや、リロケーションなどは行うが、店舗数に大きな変動はない模様。2014 年 2 月期は立ち上げ期に伴い、2013 年 2 月期比（アンクライン比）15%減程度に留まったが、ブランドの認知および売場のリロケーションにより訴求力の向上に努め、2013 年 2 月期並み（アンクライン並）の売上を目指すとしている。

尚、賃貸事業については、栄 3 丁目に同社が保有する不動産を、株式会社パルコに賃貸することが決定し、2014 年 10 月に新店舗形態の商業施設である「ZERO GATE」がオープンする予定である。同物件が下期より収益寄与することを考慮すれば下期前提は保守的にも映る。

売上総利益率に関しては為替の影響は残すものの、価格転嫁交渉を進めていくと同時に、生産工程の見直しにより、委託工場との交渉も進める。これにより、商品粗利率は前年比で改善する見通しである。また、引き続きベトナム、ミャンマーなど東南アジア・南アジア諸国での生産拠点拡大に取り組んでいく計画である。

販売管理費では、人件費を中心に抑制を図るとしている。結果、2015 年 2 月期の連結営業利益は 21 億円（前年比 9.3%増）、同営業利益率は 2.6%（前年 2.4%）の見通しとなっている。

2015 年 2 月期の当期純利益は 12 億円（前年比 4.1%増）の計画、年間配当は 8 円（配当性向 31.1%）を予定している。

中長期業績見通し

同社は中期経営計画を公表していないが、トップマネジメントによると、2015 年 2 月期を目途に売上高 800 億円、2017 年 2 月期には売上高 1,000 億円、営業利益率として 10%程度を目指したいとしている。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

事業内容

ビジネス概要

事業概要

同社は、名古屋に現存する繊維商社としては最も古い歴史を有している。愛知県は古くから繊維の産地として知られており、尾張織物として江戸時代から全国に流通していた。なかでも同社は十代、260 余年以上の伝統を誇る老舗である。

時を経て（沿革の項を参照）、2014 年 2 月期において同社は、広義では繊維専門商社というカテゴリーに属するが、テキスタイル（生地）、ブランド服の生産、チェーンストア（量販店）・専門店向けアパレル製品の生産、雑貨小売業、さらに不動産など事業展開は多岐にわたる。主力事業はチェーンストア・専門店向けのアパレル事業となる。

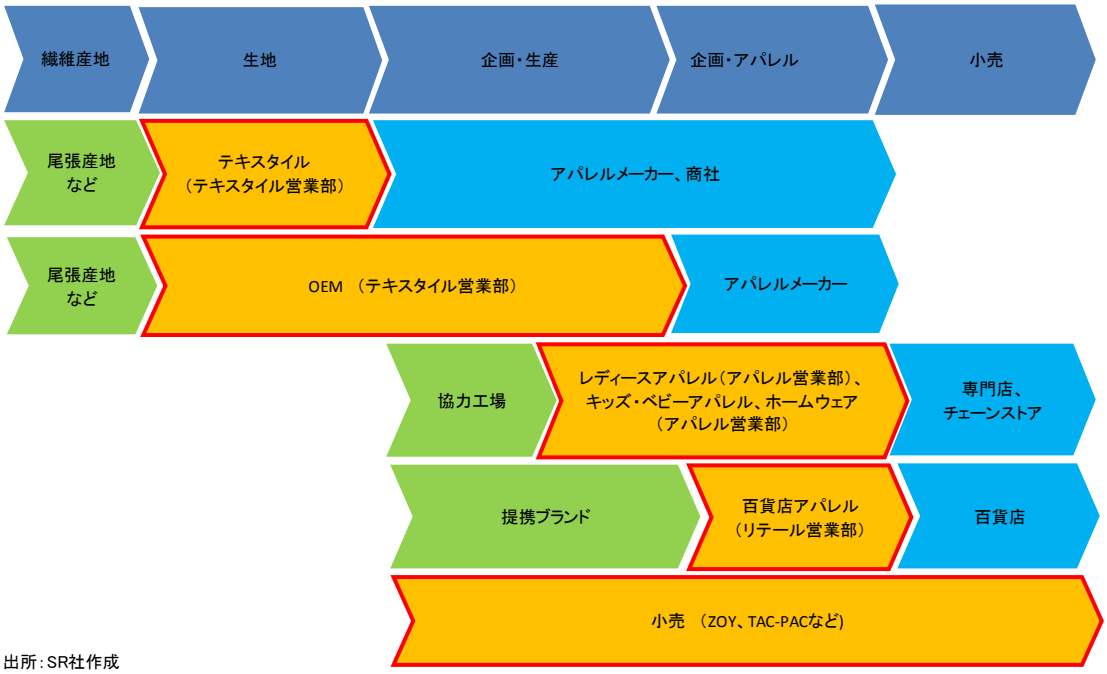
2014 年 2 月期における事業構成比は、繊維製品の製造販売関連事業（アパレル・テキスタイル関連事業）が 94.0%、賃貸事業が 0.3%、その他が 5.7%となっている。繊維製品の内訳となる商品別売上構成比は、レディースアパレルが 57.2%、ベビー・キッズアパレル 16.1%、ホームウェア 7.6%、テキスタイル・OEM15.1%、その他 4.1%となっている。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

ビジネスモデル

同社は、バリューチェーンのほぼ全てに関わっている（関わり方は、ビジネスによって異なる。下記図表の黄色部分）。

タキヒヨーのバリューチェーン



出所：SR社作成

同社のビジネスモデルは、①専門店・チェーンストア向けアパレル（アパレル営業部）、②百貨店アパレル（リテール営業部）、③テキスタイル・OEM（テキスタイル営業部）によって異なる。

①　専門店・チェーンストア向けアパレル

出所：SR社作成

専門店、チェーンストア向けのビジネスモデルは、しまむら（東証 1 部 8227）や、イオン(東証 1 部 8267)向けに、レディースアパレル、キッズ・ベビーアパレル、ホームウェアを生産・

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

販売（卸し）している。生産は、90%以上を中国メーカーから調達しているが、協力工場は120 社にのぼり、中でも華東の江蘇省、山東省、浙江省に最も集中している。上海の現地法人が協力工場と本社のパイプ役として納期管理や品質管理を行っている。

チェーンストアと専門店との取引形態は受注生産であるため買取となる。一般的に仕入形態には、買取、委託（返品可買取）、消化などがある。買取の場合は、返品不可の買取となる。委託とは、小売店が一旦仕入れを起こし在庫は小売店に移るが、売れ残った場合は返品が可能である。消化とは、小売店が販売した時点で仕入れが起こる仕入形態である（在庫の項を参照）。

商品開発プロセスおよびサイクル

出所：SR社作成

商品開発に関しては、MD（マーチャンダイザー：シーズンのトレンドやマーケットの動きを把握し、商品開発や価格などを計画する役割）や営業は、店頭リサーチなどで得たトレンドの収集をもとに、企画を提案。そこに企画を具体化するデザイナーが加わり、新しいスタイリングの提案を加える。デザイン画を元にパターン（型紙）を作成し、ひとつひとつ手作業で、形と色、素材を組み合わせてサンプル品を仕上げる。

2000 年前後から、展示会方式で取引先にサンプルを展示しながら受注を受ける営業スタイルが定着しつつある。同社では単品による商品づくりから、コーディネートや上下セット、周辺商品を含めた「面」でのスタイル提案へ転換を進めている。

同社によると、受注契約を結んだ後、海外の契約工場の中からその製品に最も適した生産環境を選び出す。生産工程やクオリティについては、1 カ月に 1 度は現地に赴きチェックする模様。

海外工場から出荷された商品は、船便または航空便で日本へ運ばれ、同社の物流センターに集約され顧客の指定場所に納品する。MD や営業がそれぞれの担当売り場へ行き、店全体のバランスを考慮しながら売れ筋商品を目立つ配置にするなど、売れる仕組みを考える。また、取引先と接しながら流行やニーズを把握し、追加生産や次の展開のアイディアにつなげている。

一般的にファッション・シーズンは 4 つに分けられ、さらにいくつかの小シーズン（例えば初夏）に区分される（②百貨店および、③OEM も同様）。各々のシーズンごとに、商品企画

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

チームはサンプル商品を開発し、シーズンに合わせた内覧会で公開する。商品の制作は、展示会で発注を受けてから開始する。追加注文は、シーズン半ばの小規模展示会や内覧会を基に行う。商品企画チームは、より追加注文の可能性が高い商品を生産できるような体制を整える。年間を通じ名古屋本社で約 30 回、東京支店で約 40 回、大阪支店で約 20 回、全社で計 90 回程度の展示会を開催している。営業日数でみると 2.5 日で 1 回の頻度である。小売の店頭では、52 週 MD とも称されるように、毎週のように店頭の品揃えを見直し消費者を飽きさせぬよう売れ筋を追求し続けることが求められる。

このような環境の中、短納期を可能とするクイックレスポンス（QR）対応が求められている。同社は中国、韓国をはじめとした海外生産工場との密接な関係を構築し、生産ラインの固定化に努めている。一方でラインのキャパシティを把握することに注力し、ラインの能力に応じた生産を実行することにより必要とする数量を必要なときに生産できる体制づくりに努めた。その結果、同社の QR 体制はリードタイム（全アイテムの生産指示から納品までの日数）では平均 30 日、製品によっては 14 日までの短縮が可能になっている。

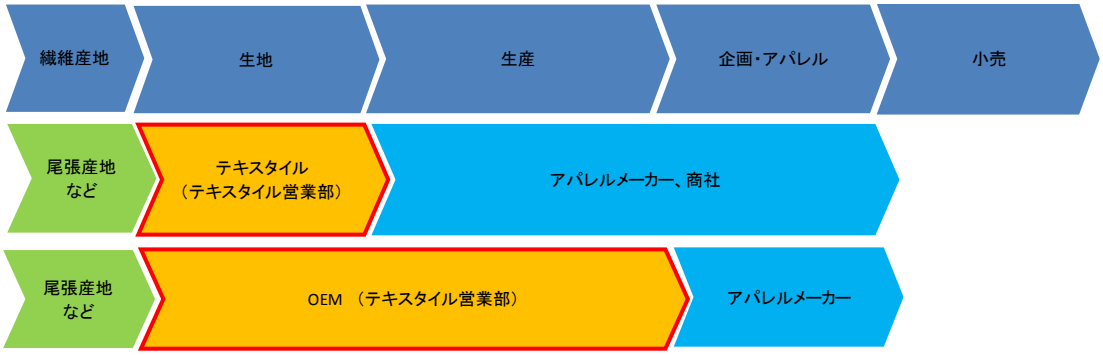
②　百貨店アパレル

出所：SR社作成

百貨店向けアパレルでは、「ベラルディ（主なブランドの項を参照）」をライセンス形態（ライセンスブランドの項を参照）により百貨店の平場（ショッピングセンター等の売場と異なり、百貨店が編集した売場）で消化取引により展開している。一般的な百貨店における販売形態と同様に、同社がディスプレイ、店舗在庫を保有し、また販売員を派遣する。店舗自体は百貨店の所有で、販売した商品は百貨店の売上として計上される（売上はいったん百貨店の POS および会計システムを経由するが、自社の店舗システムを併用し、タイムリーな売上・在庫の管理を行っている）。会計上は、当該販売は同社の卸売売上として計上される。しかし、実際には同社が小売業者として在庫リスクやその他の事業リスクを負っている。一方、百貨店は売場スペースを提供する点で、ある意味地主に近いといえる。百貨店の売上総利益率は基本的には賃貸料と同じであり、売上に占める一定割合として算出される。卸売価格は、「歩率」と呼ばれる割合によって決定される。この「歩率」が、百貨店の売上総利益率に該当する。参考として、アパレルの場合は通常その割合が 30%から 40%の幅で設定されることが多い。返品および売れ残り在庫は同社の責任範囲となり、（定価かバーゲン価格かという）商品価格の決定は同社が行う。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

③　テキスタイル事業・OEM



出所：SR社作成

テキスタイル事業ではアパレルメーカーや商社向けに生地を生産・販売する。OEM ではアパレルメーカーが顧客となり、相手先ブランドの生産を行う。

OEM（Original Equipment Manufacture の略）とは、商品の企画・デザインはアパレルメーカーや専門店などが行い、生産背景や素材調達機能を持つ繊維商社は、指定されたスペックにしたがってモノづくりを行い納品するという川中から川下を担う役割である。同社における OEM は、テキスタイル部門が海外において、婦人服を完成品まで仕上げる縫製加工事業に本格参入した 2000 年から始まった（利益率の向上と、縮小するテキスタイル市場のみでは収益が厳しいといった背景があった）。テキスタイル部門は、大手アパレルメーカーとの取引が多くを占めている。日本有数の織物産地である尾州産地との密接な関係から、「毛織はタキヒヨーから」という大手アパレルメーカーの信頼関係を長年に渡って構築していた。オリジナル開発の素材を武器に製品を提案できることが強みでもあり製品納め（生地納めに対して）の割合が徐々に増えていった。

他ビジネスと比較し、売上総利益率は 10～15%程度と低いものの、大手アパレルメーカーの信頼関係を長年に渡って構築してきた同社の心臓部（ベース）ともいえる。

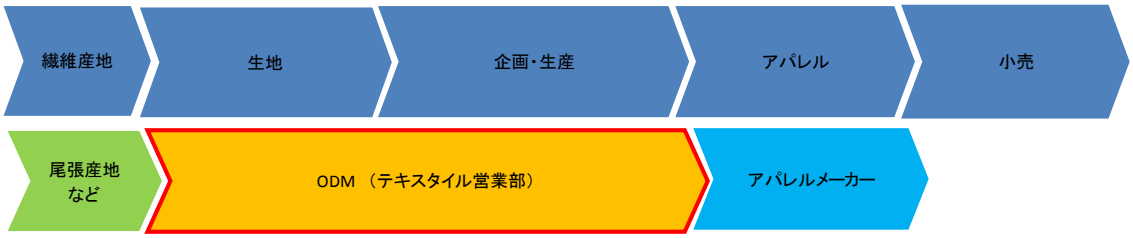
例えば、高級ダウンジャケットで有名な MONCLER（モンクレール）社に 10 年以上もの間、国産の生地を卸している。非常にきめ細かい生地（羽毛が抜け落ちない程の高水準）を豊富なカラーバリエーションで納めており、この実績が評価され、シャネル、グッチ、プラダといった世界のトップブランドともビジネスを構築することができたようだ。この高い技術力が、競争力の原点と同社は自負している。日本のアパレル業界では、生地の競争力は価格訴求になりがちだが、同社はあくまでも品質訴求にこだわりメイドインジャパンで世界に通用する洋服作りを目指している。

また、ウールの尾州（愛知県西部）といわれるように、同社は産地との関係が密接である。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

2006 年に一宮市（愛知県）の毛織物工場を借り受け、原料選びから紡糸、染色、生地作り、デザイン、縫製、製品まで、ものづくりの全プロセスに関わる試みを開始した。原糸のかたまりから糸を紡ぐ英国式紡機は、仕上がる糸にムラができ、独特の個性ある風合いが魅力とされている。同社によると、約 100 年前から使われている機械で 100 年前と同じ糸を再現し、ひと味違う斬新なウール素材を生産しているようだ。2008 年秋冬物展示会から、この素材を使った紳士向けジャケット、パンツなどが出展されている。

OEM から ODM へ



出所：SR社作成

ODM（Original Design Manufacture の略）とは、繊維商社自らが店頭リサーチし、売れ筋を先読みした商品の企画デザインを行い、商品サンプルの形でアパレルメーカーに提案するものである。ODM の場合、繊維商社が提案を行う時点で、デザインだけでなく、素材やロット、納期、価格まで大枠を決めているので、アパレルメーカーは「買うか買わないか」の判断を下すこととなり、OEM に企画機能を加えた形態と言える。OEM と比較した場合、繊維商社にとってはマーケットリサーチ、企画・デザイン、サンプル作成、短納期（30 日以下のリードタイム）をクリアできる生産体制などの総合力を問われることになる。

個々のブランドにどの程度の品揃えをするかは、多くの要因に基づいた複雑な意思決定が必要となる。同社は ODM として機能していくためには、どのファッションスタイルのアパレル商品がどの程度売れるかを予測しなければならない。経営陣は、例えばリスクとなり得る在庫量と市場に投入する新商品の数量に関し、どの程度強気の予測を立てるかについて包括的な決定を下す。これは、市場の全体的な経済状況ならびにボトムアップおよびトップダウン双方による情報に基づいた決定に左右される。

ライセンスブランド

同社のブランドには、ライセンスブランドとプライベートブランドが存在する。ディズニーをはじめとするライセンスブランドは、プロパティー（キャラクターやブランドロゴ）の許諾をライセンサー（ライセンスの提供元）から受けて商品を製造・販売し、売上に応じてライセンス料をライセンサーに支払うことになる。従って、このライセンス料を吸収すべく同社としては高い売上総利益率（35%～45%程度）を目指している。ライセンス料の比率はブランドによって異なるが、SR 社では小売店頭価格の 5～15%程度と推測している。ネットの売上総利益率は 25%程度が目安となる。

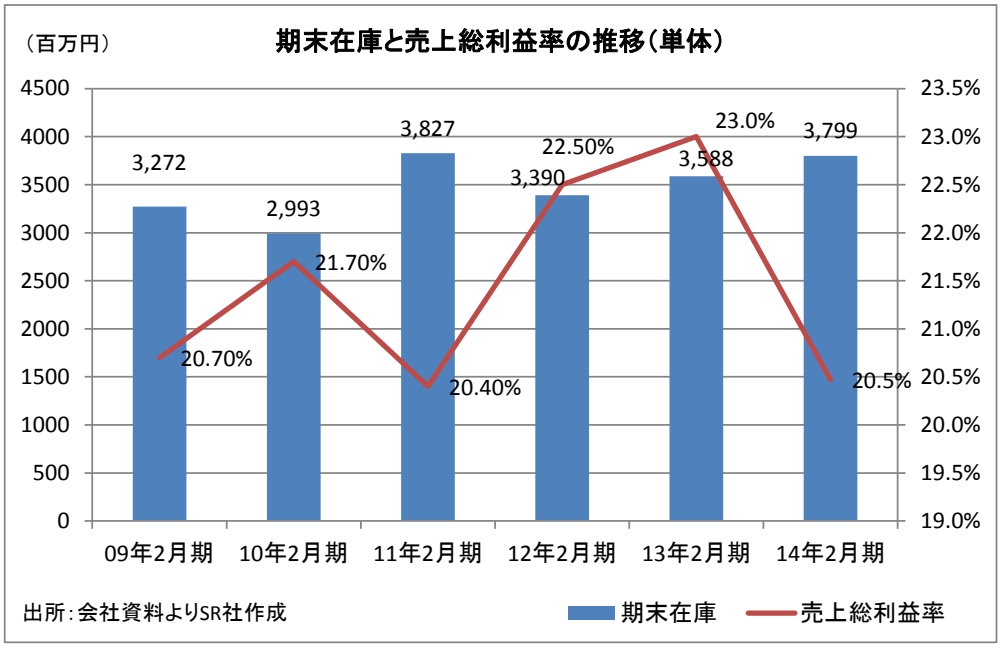
Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

在庫について

同社のビジネスモデルでは、展示会で発注を受けてから商品の制作を開始するので、基本的には在庫リスクが存在しないが、一部（1 割未満の商品）の生地においては見込み生産をしている。また、百貨店は消化仕入れのため、百貨店の店頭商品は同社の在庫となる。

> アパレル・メーカーと日本の百貨店との関係で使用される用語についての注記。
> 主要な販売方法を意味する用語としては、「消化取引」（販売した分のみの仕入れ）があり、通常”consignment sales”と英訳される。紛らわしいことに、「委託販売」と呼ばれる取引も”consignment sales”と英訳されることが多いが、実際には両社の取引方法は異なる。前者（販売した分のみの仕入れ）は、実際に販売されるまで、商品の所有権は百貨店に移転しないことから、商品は百貨店の在庫品としては計上されない。一方、後者（委託販売）は、商品は百貨店の在庫品となる（売れ残った場合はメーカーに返品される）。

また、同社は年に 4 回（春・夏・秋・冬）、小売店で最も売れる時期の 1 カ月前には残っている在庫を仕入れ価格の半値に落としている。この在庫には、物流センター内の在庫、輸送中の在庫も含まれる。翌年に売れ残った場合には更に半値にするなど保守的な会計方針となっている。正値で売れる商品の増加に伴い（期末在庫は低下）、売上総利益率は改善する。



一方、小売店における値引きは各シーズン末に実施される。シーズン中の国内販売における特徴は、欧米の店舗に比べて値引率が低く、早期に始まる点である。SR 社のみるところ、欧州ではバーゲン・セール期間中は一般的に 50%～70%の値引きが実施されるが、日本では 30～50%の値引きがなされる場合が多い。日本のモデルでは、シーズン初めに正規料金で販売する期間が比較的短く、シーズン半ばには 30%程度価格を下げるなど早い段階でより値引

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

きを実施するが、各シーズン末における値引きが不要となる。この結果として、シーズン中の業績変動はある程度穏やかなものとなる。

不動産事業

同社は不動産の賃貸、管理及びそれらに関連する事業活動を行っている。対象不動産は、新橋のビクタービル（取得価格 38.6 億円）、名古屋市中区の物件（取得価格 140 億円程度 ）が挙げられ、新橋のビクタービルは同社の事務所となっているが、余剰部分をオフィススペースや店舗として賃貸している。名古屋の物件は株式会社パルコに賃貸することが決定し、2014 年秋に「名古屋 ZERO GATE（仮称）」がオープンする予定となっている。

この土地の購入の背景は、2007 年に譲渡した原宿支店の土地・建物売却代金（総額 81 億円）を再投資し、収益物件として有効活用を図っていく計画であった。その後、長方形型の土地の方が再開発に容易ということもあり、購入した土地の周囲に売却物件が出た際に追加購入を進めた。子会社ティー・ティー・シー株式会社が、不動産の賃貸管理を行っている。

その他事業

株式会社タキヒヨー・オペレーション・プラザが、主に海外で生産された商品を顧客店舗毎に仕分け、梱包、出荷するデリバリー関連業務を担っている。また、ティーエルシー株式会社が、化成品、健康食品等の販売を行っている。

商品別事業内容

レディースアパレル

顧客はしまむらを中心としたチェーンストアや専門店、百貨店となる。チェーンストアや専門店における価格帯は 1,900 円や 2,900 円が主流となり、取引形態は買取となっている。小売店向けは、全体的に売上総利益率は高い。チェーンストアおよび専門店向けのアパレル商品における同社の売上総利益率は、平均して 25%程度の模様。百貨店向けアパレル商品は、更に若干高いと推測される。

ベビーキッズアパレル

顧客は小売店。2000 年代前半に台頭した西松屋（東証 1 部 7545）が、価格訴求をした経緯で、イオンやイトーヨーカ堂（セブン＆アイ・ホールディングス、東証 1 部 3382）などのチェーンストアにおいてベビー服の売れ行きが低迷し、売上総利益率は低下傾向にはある。ディズニーなどライセンス商品比率が高いため、ロイヤリティ費の負担はあるものの、収益性は依然として高くアパレル商品における利益の 2 割程度を稼ぐ。ベビー用品は、一部日本国内で生産されている。

ホームウェア

顧客は小売店。パジャマや、リラックスウェア、寝具を扱う。ニトリ（東証 1 部 9843）が価

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

格訴求をした経緯で、ベビーキッズアパレルと同様に売上総利益率は低下傾向にあり、平均25%程度となっている模様。主に、イオンのトップバリューを受注している。アパレル商品における利益の 1 割程度を稼ぐ。

テキスタイル・OEM

テキスタイル・OEM 事業の売上総利益率は他アパレルと比較し低い。テキスタイルは単価が高く、高級アパレル向けが多い。OEM の顧客はワールド、オンワード樫山（オンワードホールディングス、東証 1 部 8016）、イトキン、ファイブフォックスといった大手アパレルメーカーとなる。テキスタイル事業における売上総利益率は 15%程度、OEM は他アパレルと同様 25%程度になっている模様。

主なブランド

主なライセンスブランド

百貨店婦人ブランド

BERARDI

メンズブランド

MEN'S CLUB

子供・ベビーブランド

Disney　HANG TEN　h.n.c. hiromichi nakano children

出所：会社側資料よりSR社作成

BERARDI(ベラルディ)：ジボ・コー株式会社（GIBO-CO S.P.A.）のブランドの一つである、高級婦人既製服「アントニオ・ベラルディ」のディフュージョンブランド（セカンドブラン

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

ドと同義、デザイナーブランドの普及版として求めやすい価格に設定した商品群）として2013 年 2 月より、37 年間契約関係にあったアンクラインニューヨークに替わって展開。アントニオ・ベラルディは、1995 年にイギリス人デザイナーであるアントニオ・ベラルディがシグネチャーブランド（デザイナーの名前を冠したブランド）を立ち上げたのが始まり。2000 年にはミラノコレクションに参加。2006 年からは拠点をミラノに移し、ロンドンコレクションに参加している。 詳細は、戦略の項を参照。

Disney：同社のディズニーアイテムは、ウォルト・ディズニー・ジャパン（株）とのライセンス契約のもと、「Disney Baby（ディズニーベビー）」や、「Disney（レディース）」、「Disney (ホームウェア)」などを商品展開。

HANG TEN（ハンテン）：幼稚園児から小学生までの男児へ向けた、ボーダーアイテムや、マリン風のカジュアルウェア「HANG TEN（ベビーキッズ）」、さらにアメリカ西海岸をテーマ（サーフィンスタイル）にした「HANG TEN（ホームウェア）」を商品展開している。

hiromichi nakano children（ヒロミチナカノチルドレン）：同社では、トレンドに敏感な小学生から 10 代のためのトータルコーディネート型本格派デザイナーズブランドとして「hiromichi nakano children（ベビーキッズ）」や、デザイナーズスリーピングウェア（パジャマ）「hiromichi nakano（ホームウェア）」を展開している。

MEN’S CLUB:定番スタイルを取り入れた正統派のメンズウェアとホームウェアを扱う。

主なブランド直営店

出所：会社側資料よりSR社作成

TAC-PAC（タック・パック）：ミラノ、ニューヨークを中心とした 20 種類以上の海外有名ブランドを品揃えした「アウトレットショップ」、愛知県で 2 店舗を展開。

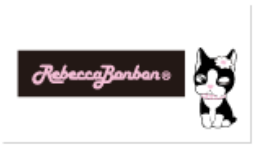
Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

Zoy（ゾーイ）：シンプル、クラッシックをコンセプトとしたトラッド系ゴルフウェアに加え、ゴルフ関連グッズを展開。2011 年 7 月期のマックスアンドグローイング社（2013 年 2 月期から 100%子会社）の業績は、 売上高 9.5 億円、 営業利益 1,400 万円となっており、21 店舗（直営 6、FC 2、百貨店 13）で販売している。

出所：会社側資料

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

その他ライセンスブランド



【REBECCABONBON】
レベッカボンボン

【Peanuts】
ピーナッツ

【PINGU】
ピングー

【きかんしゃトーマス】

【Wrangler】
ラングラー

【SMILEY FACE】
スマイリーフェイス

【LOVERS KIDS】
ラヴァーズキッズ

【OO-LA-LA SASSON】
オーララサッソン

【suzy's zoo】
スージー・ズー

【SOMETHING】
サムシング

【IVY LEAGUERS CLUB】
アイヴィーリーガーズクラブ

【NUMBER】
ナンバー

【LOONEY TUNES】
ルーニー・テューンズ

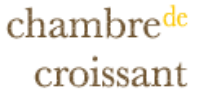
【SPALDING】
スポルディング

【marie claire】
マリ・クレール

【NICE CLAUP】
ナイスクラップ

【MARVEL】
マーベル

【EDWIN】
エドウィン



【chambre de croissant】
シャンブルドクロワッサン

【OTSUIKI
HIROKO KOSHINO STUDIO】
オツイキ・ヒロココシノ・スタジオ

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

主なプライベートブランド

【Primage】プリメージュ　【Krone】クローネ　【Lecur】レクール　【風水】ふうすい

出所：会社側資料よりSR社作成

primage（プリメージュ）：ミセス向けオリジナルブランド。

Krone（クローネ）：同社によると、ソフト・シック・エレガントをコンセプトにしたミセス向けの商品。同社のオリジナルブランドであるが、卸し先ブランドや、ダブルネームとしての展開もある。しまむらをはじめとしたチェーンストア向けに衣料品を企画販売している。

lecur（レクール）：同社が海外マーケット開拓の試金石として、進めている自社ブランド。ブランド名はフランス語で「本物」を意味する。エレガンス＆カジュアルといったコンセプトで中高年向けに展開する。

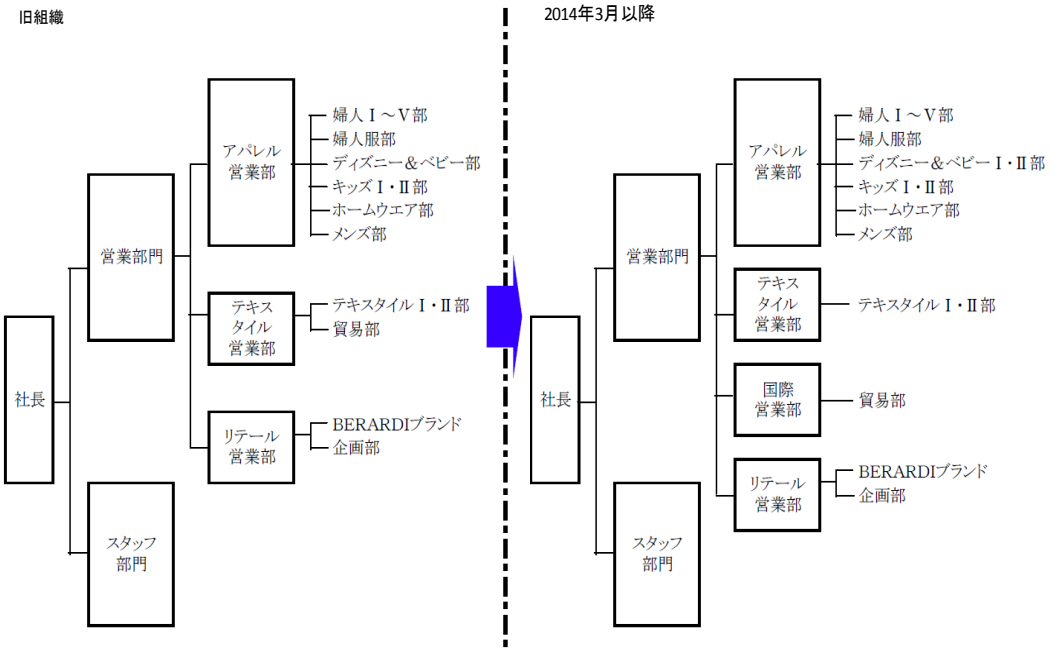
風水（ふうすい）：生活空間に関するアイテムを展開、インテリアおよびインテリア小物類を中心としたブランド。

組織体制

同社は2014年3月､中長期ビジョンとして掲げる｢グローバルチャレンジ ～変革と前進～｣のもと、グローバル事業への取り組みを一層強化する観点から「国際営業部」を新設した。

ディズニー＆ベビー部において、取扱商品、販路などに応じて再編を行うことで営業体制を強化するとしている。また、新たに社長直轄の「新規事業開発室」を設置した。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved



出所：会社側資料より、SR社作成

また、10 代目の滝一夫氏が就任して以来、風通しのよい社内風土作りに努めており、ボトムアップで様々な意見を取り入れようとしている。例えば、ミラノの駐在事務所を支店化（2012 年 3 月）したのは、同社従業員からの提案に起因している。

収益性分析

販売費及び一般管理費（百万円）	10年2月期 連結	11年2月期 連結	12年2月期 連結	13年2月期 連結	14年2月期 連結
運賃諸掛	3,928	3,765	3,729	3,813	3,693
広告宣伝費及び販売促進費	318	314	357	468	478
貸倒引当金繰入額	17	–	–	–	–
給料及び手当	4,305	4,230	4,219	4,573	4,660
賞与	634	538	496	552	580
株式報酬費用	37	21	33	32	33
福利厚生費	915	895	931	995	1,036
賞与引当金繰入額	115	92	102	119	110
退職給付費用	521	461	451	447	432
旅費及び交通費	610	587	602	638	650
通信費	254	258	267	318	352
貸借料	860	610	598	737	757
減価償却費	142	145	156	172	187
その他	981	964	979	1,185	1,119
	13,644	12,885	12,925	14,055	14,093

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

同社における三大費用項目は、売上原価、人件費および物流費である。同社の売上総利益率は約 21.0%（2010 年 2 月期から 2014 年 2 月期、平均値）と概ね安定している。アパレル・メーカーにとって重要なリスクの一つに、在庫リスクが挙げられる。つまり、商品が予想どおりに販売できなければ、余剰在庫品は完売するかまたは損失処理しなければならない。同社は、シーズンピーク 1 カ月前（業界標準はシーズン終了後）に約半値まで在庫評価の引き下げを行う手法を採っている。ただし、ビジネスモデルの在庫の項でも述べたように、同社は展示会で発注を受けた後に生産に入るので在庫リスクは少ない。

売上高販管費比率は、2010 年 2 月期から 2014 年 2 月期までの平均値で 18.8%であった。同社は人件費をいわば所与の固定費とみなしており、リストラのような人件費の削減はこれまで実施されたことがない。一方物流費は、犬山市の物流センターが稼働し、2011 年 2 月期をピークに改善している。（物流網の項を参照）

収益性 （百万円）	10年2月期 連結	11年2月期 連結	12年2月期 連結	13年2月期 連結	14年2月期 連結
売上総利益	14,327	13,274	15,023	16,788	16,008
売上総利益率	20.8%	19.8%	21.7%	22.5%	20.2%
営業利益	699	395	2,090	2,744	1,921
営業利益率	1.0%	0.6%	3.0%	3.7%	2.4%
EBITDA	949	658	2,357	3,079	2,260
EBITDA マージン	1.4%	1.0%	3.4%	4.1%	2.8%
利益率（マージン）	0.8%	0.9%	1.2%	1.9%	1.5%
財務指標					
総資産利益率（ROA）	1.3%	1.3%	1.7%	2.8%	2.2%
自己資本純利益率（ROE）	2.0%	2.1%	3.0%	4.8%	3.7%
総資産回転率	1.5	1.5	1.4	1.4	1.5
在庫回転率	16.5	15.0	14.1	15.2	15.6
在庫回転日数	22.1	24.3	25.8	24.1	23.3
運転資金（百万円）	10,177	12,129	10,627	9,897	11,510
流動比率	162.2%	160.1%	159.5%	171.4%	168.3%
当座比率	137.2%	128.8%	124.6%	122.6%	128.9%
営業活動によるCF/流動負債	0.18	−0.09	0.24	0.24	−0.05
負債比率	1.5%	16.0%	22.4%	9.1%	11.3%
営業活動によるCF/負債合計	0.16	−0.07	0.16	0.16	−0.04
キャッシュ・サイクル（日）	49.3	53.5	53.0	42.4	42.5
運転資金増減	−1,833	1,952	−1,502	−730	1,613

出所：会社データよりSR社作成

＊表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

＊負債比率はネットデットを基に算出している。

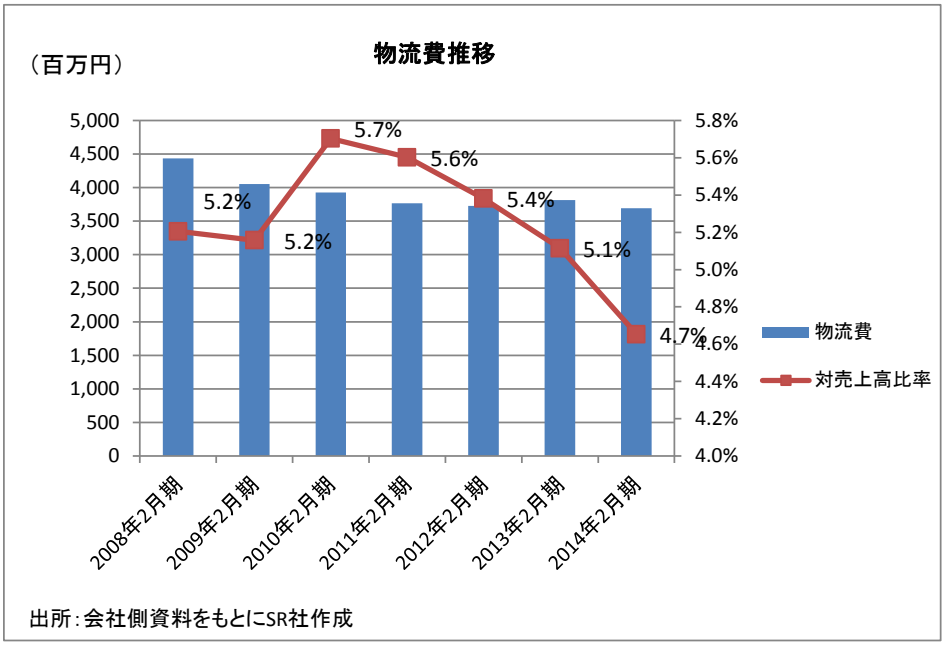
資産回転率の観点からは、同社の資産は生産性が高いといえる（2009 年 2 月期～2013 年 2 月期までの期間で平均値 150%）。基本的に在庫が少ないビジネスモデルであること、自己株式消去を頻繁に行っていることなどがその要因として考えられよう。但し、土地等の資産を有効活用することによって、更なる改善が図られよう。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

物流網

同社では、短納期で生産する年間約 6,000 万枚の商品を正確かつ迅速に運搬するため、物流政策を強化している。2010 年 1 月から、愛知県犬山市に同社グループ最大規模となる物流センターが稼働し作業効率が 13～14%向上した模様。多店舗展開する販売先に対して、各店別に指定された色やサイズを正しく振り分ける出荷作業の効率化が実現された。また 2012 年 3 月には、隣接地に第 2 物流センターを建設し、物流拠点の集約化を進めている。物流費は減少傾向にあり対売上高比率においても、2012 年 2 月期以降改善している。

出所：会社側資料



出所：会社側資料をもとにSR社作成

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

主要子会社

同社の連結子会社は 8 社（2014 年 2 月末現在）、持分比率は全て 100%となっている。

ティー・ティー・シー（株）	グループ企業に対する機器リース及び不動産賃貸管理。
ティー・エル・シー（株）	合成樹脂原料及び製品等を同社へ販売。
瀧兵香港有限公司	海外生産品の品質・納期管理、検品等。
ティー・エフ・シー（株）	同社企画商品のパターン、サンプルを作成、婦人衣料品・子供用品・ベビー服縫製加工及び販売、ユニフォームの企画・製造販売。
タキヒヨー(上海)有限公司	海外生産品の品質・納期管理、検品等。
（株）タキヒヨー・オペレーション・プラザ	同社商品の保管及び発送、入出荷管理。
タキヒヨー韓国（株）	海外生産品の品質・納期管理、検品等。
（株）マックスアンドグローイング	「ZOY」ブランドのゴルフウェア企画・販売。

出所：会社側資料をもとにSR社作成

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

SW 分析（Strengths,　Weaknesses）

強み（Strengths）

- **高い信用力：**同社には260年以上続いた歴史、地元の名家、海外ブランドの先駆者といった強いブランド力があり、信用力、人的ネットワークが強い。こういった企業ブランドは同社が新たに事業展開、さらには優秀な人材を獲得する上で優位に働きやすいとSR社では考える。
- **「しまむら」との強い関係：**SR社では、長年に渡る「しまむら」との関係は、同社の資産であると考える。第一に、主要取引先しまむらの成長は同社の成長をも牽引する。さらに、しまむらは顧客としての要求水準が高く、同社としてもマスマーケットにおけるビジネスを学ぶことができる。グローバルレベルで著名なアパレルメーカーに生地を卸すビジネスから、アパレル完成品をチェーンストアに販売するビジネスにまで関わるというユニークなポジショニングは同社の強みである。しまむらとの取引関係は、アパレルメーカーとして、さらに小売業者として成功していけるノウハウが得られる機会であるとSR社では考える。
- **トップマネジメントの高い士気：**同社の社長であり、滝家の子孫である滝一夫氏のリーダーとしてのポテンシャルは非常に高いとSR社では考える。同氏には「タキヒヨー」を再び成長路線に乗せ1990年代前半の全盛期を超える志がある。一方で、同氏は自身の父親である先代が社長の時代に、損失を計上し債務超過に陥った（沿革の項を参照）同社の過去を認識している。この強い野望と苦い経験を持ち合わせているトップマネジメントは稀であり、同社の強みでもある。

弱み（Weaknesses）

- **小売事業における経験が限定的：**同社が掲げる戦略の中で、最も重要なビジネス展開の一つがベラルディであるが、小売事業の経験はやや限定的でもある。同社もこの点は認識しており、2012年3月「ZOY」ブランドのゴルフウエアを手掛けるマックスアンドグローイング社を買収している。この買収を通じて小売事業のノウハウの蓄積が期待される。
- **長年低迷していた業績：**マネジメントが描く野望は企業が成長していく過程で極めて重要な要素である一方、収益の改善にも注力すべきだとSR社は考える。同社の収益はテキスタイル企業をはじめ長年低迷していた。こうした企業に共通した一般的特徴として、「変化」に対する拒否反応や収益に対するインセンティブの欠如が挙げられる。「変化」への積極的な姿勢や、収益改善への「意欲」を向上させることは容易ではないが、新社長のガバナンス体制の下での幾つかの買収やグローバルブランドの立ち上げなど、現在（2014年4月）芽生えつつある「変化」を、着実に積み重ねていくことが重要となろう。
- **資産効率：**同社の資産のうち3割以上が名古屋に購入した土地であり、この資産は2014年2月期末時点において大きな収益を生み出してはいない。この土地は、株式会社パルコに賃貸することが決定し、2014 年10 月に新店舗形態の商業施設である「ZERO GATE」がオープンする予定ではある。同社のコアビジネスとの間にシナジーを創出していくことが期待され、注視していきたい。また同社の投下資本に対するリターンはこれまでの

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

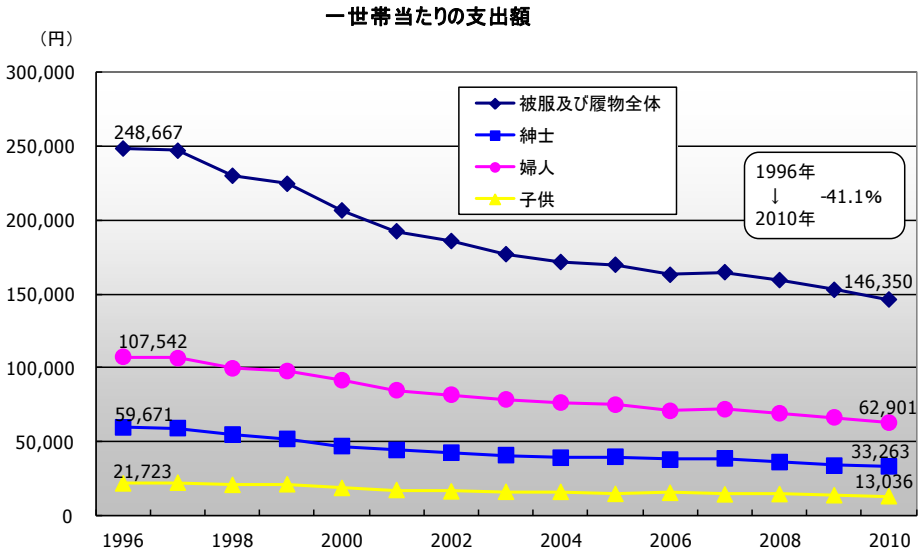
ところ決して高くはない。同社がM&Aや事業拡大により成長を加速させていく上で、借入によりレバレッジを掛け、資本効率を高めていくことも必要だとSR社は考える。

市場とバリューチェーン

マーケット概略

少子高齢化という人口動態を踏まえると、市場は今後も縮小傾向をたどろう。近年の経済状況により、アパレル関連の消費行動はさらに変化している。データ不足やトピックの多面性から詳細かつ客観的な分析は難しいものの、2000 年代や、さらに遡って 1990 年代と比較して、2010 年はアパレル関連の消費が減少し、かつ世帯当たりのアパレル関連消費額も減少している。 同社創業 250 周年にあたる 2001 年には 12 兆円以上あった衣料品小売市場も、リーマンショックの起きた 2008 年には 10 兆円を割り込み、翌 2009 年には 8 兆 8 千億円となった（同社資料）。衣料品の販売チャネルも、この 10 年間で大きな波が押し寄せた。2000 年時点では、まだ衣料品販売の主役であった百貨店、チェーンストアであるが、この 10 年間で 1 兆 5 千億円も減少させ、主役の座を専門店に完全に奪われた格好となった。

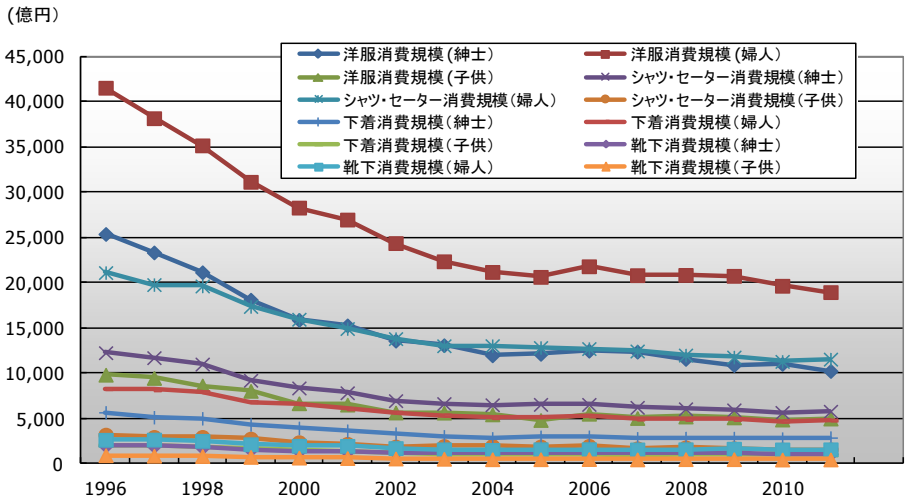
1996 年と比較した世帯当たり支出額をみると、2010 年には婦人服市場が 41.5%、紳士服市場は 44.3%減、子供服市場は 40.0%、各々縮小している。



出所：日本アパレル工業技術研究会、会社側資料をもとにSR社作成

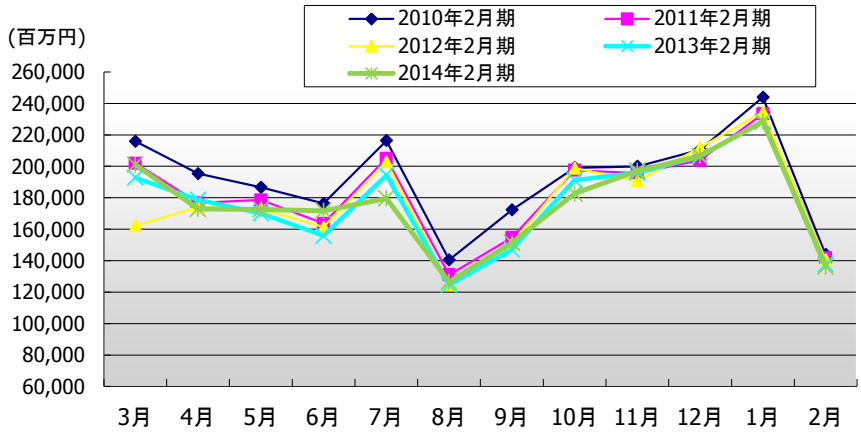
Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

衣料品消費規模



出所：日本アパレル工業技術研究会、会社側資料をもとにSR社作成

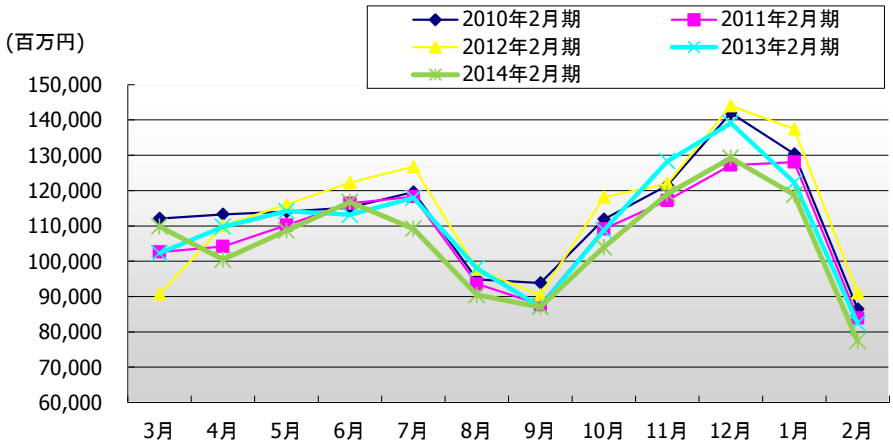
衣料品月別売上推移（百貨店）



出所：会社側資料をもとにSR社作成

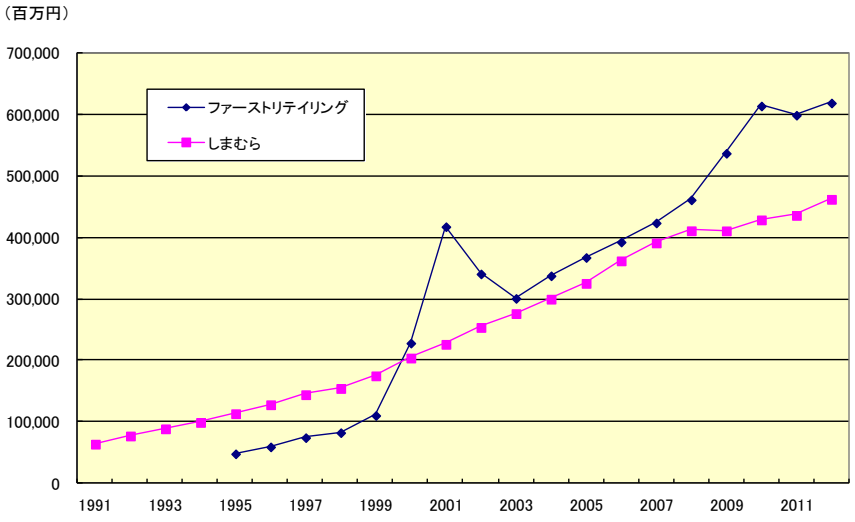
Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

衣料品月別売上推移（チェーンストア）



出所：会社側資料をもとにSR社作成

市場が縮小傾向をたどる中、2000 年代に入るとルミネなど駅ビルやイオンモール（東証 1 部 8905）などの郊外型ショッピングセンター、109（イチマルキュー）、オーパに代表される都市型ファッションビル、アウトレットなどの商業施設、ファーストリテイリング（東証 1 部 9983）のユニクロ、しまむらなどの大手チェーンストアの存在感が多いに高まった。



出所：各社決算資料を元に作成

また、テレビショッピングやカタログ通販など無店舗販売も成長し、中でも電子商取引の規模は 2010 年に 7 兆円台に乗り、百貨店を上回る売上規模となった（同社資料）。衣料品でも「ZOZOTOWN（スタートトゥディ、東証 1 部 3092）」、「夢展望」など、PC、携帯電話を利

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

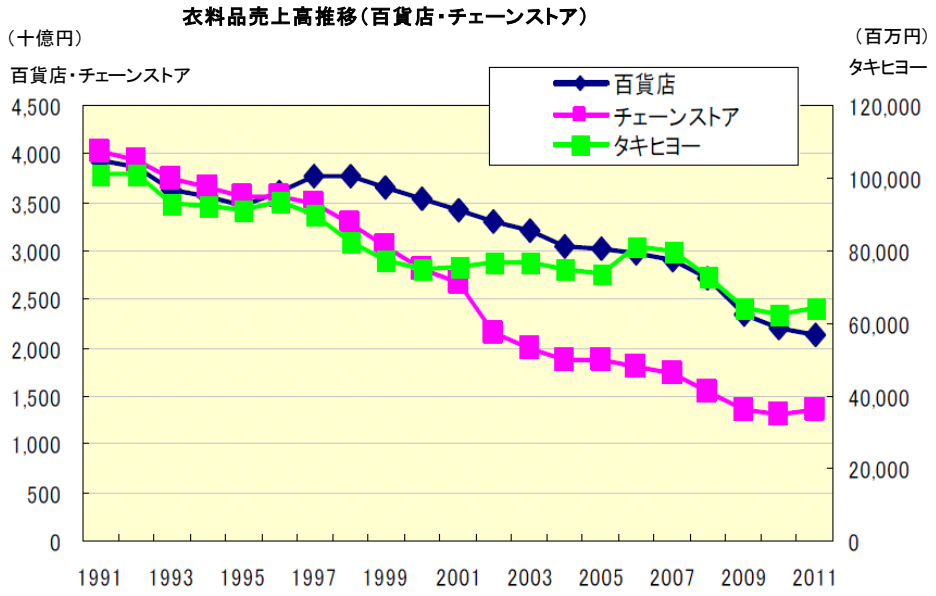
用したネット専業通販がシェアを伸ばしつつある。加えて、外資系のファスト・ファッションと呼ばれる「ザラ」、「H&M」、「フォーエバー21」などが上陸し、資本力とグローバル展開を武器に、原宿・渋谷・銀座といった一等地への出店を加速しつつある。

ユニクロが牽引したカジュアル・アパレル革命は、同社が主なターゲットとしている婦人アパレル市場を含め、アパレル市場全体に多大な影響を及ぼした。ユニクロは、非常に安価な服でもファッショナブルになり得、着ることも全く恥ずかしくないと、消費者を納得させた。マクロ経済レベルにおける「デフレ」は、好ましくないと考えられることが多いが、品質のよいフリース・ジャケットが 990 円で購入できること（1997 年に 5,000 円から 10,000 円であったものが 990 円で購入できること）は、消費者の実質的な購買力向上という側面からは歓迎されるべき側面もあるだろう。また、こうした状況により、消費者は「ファッション」とは何か、「価値」とは何かと、疑問を持ち始めたのである。

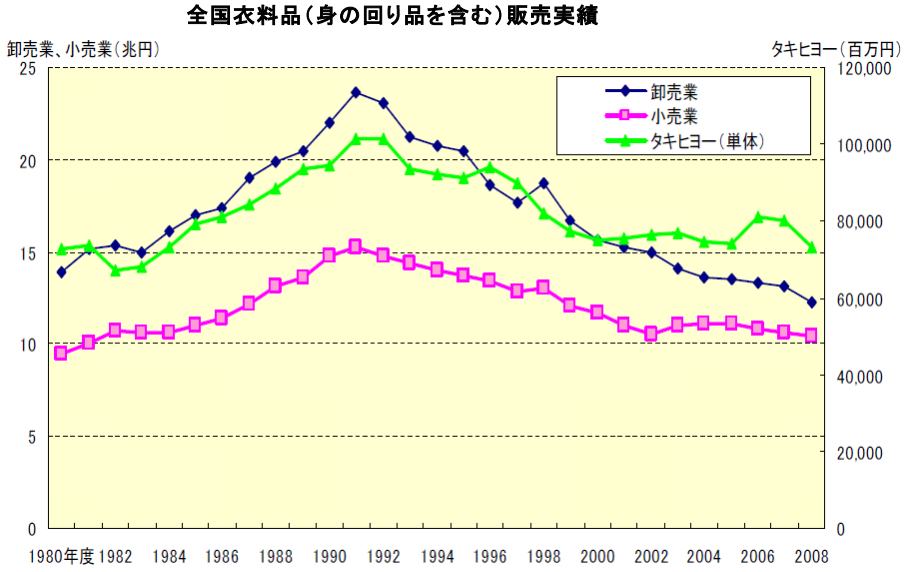
消費者による再評価はファスト・ファッションの出現を牽引しており、世界的なトレンドではあるが、日本では特に顕著である。非常に短期間のサイクル（時に 1 週間という短期間）で生産および再注文が行われ、満足できる品質で「流行の最先端にある」商品が安く購入できるようになった。そして消費者は、多額の出費をせずに流行を追うことが可能となったのである。こうした状況が高級アパレルの空洞化をもたらし、高級アパレルの主要販売チャネルである百貨店は大きな課題に直面するようになったのである。

このように市場環境が大きく変化していった中、同社の売り上げは比較的堅調である。2000 年代に入って製品納めの比率を拡大させてきたことや、主要取引先である、しまむらとの取引量が増えたこと、さらに通信販売といった新たなチャネルを開拓していることが要因として挙げられよう。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved



出所：日本百貨店協会、日本チェーンストア協会、会社側資料をもとにSR社作成



出所：商業統計、会社側資料をもとにSR社作成

サプライヤー

同社へのサプライヤーは、生産部門を持つ海外のビジネス・パートナーである。90%以上は中国で生産され、その他はベトナムやカンボジアなどのアジア諸国での生産となっている。瀧兵香港有限公司、タキヒヨー（上海）貿易有限公司、タキヒヨー韓国（株）等の連結子会社が、海外生産衣料品の品質・納期管理を行っている。テキスタイル事業におけるサプライ

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

ヤーは国内の零細企業が多い模様。

一方、世界最大の生産拠点である中国の状況も変化しつつある。もともと 1980 年代までの繊維製品の海外生産拠点といえば、タイやインドネシアが中心であったが、1990 年代に中国の開放政策が本格化してからは、中国へ生産がシフトし、世界の生産拠点として存在感を高めてきた。しかしながら 2000 年代後半に入り、縫製工の賃金上昇、縫製業など軽工業から自動車・精密工業などへの産業構造の高度化、さらに綿花など原材料の高騰が追い討ちをかけ、特に 2010 年春節以降、中国の生産コスト上昇と工場のキャパシティ不足による納期遅れ、品質問題が生じている模様。2012 年 9 月以降、深刻化している尖閣諸島の問題も注視が必要だ。

顧客

同社の主要取引先は 1,200 社にのぼる専門店やチェーンストア等である。ベラルディ（百貨店）と Zoy を除けば、マスチャンネルが圧倒的に多い。

百貨店・専門店	チェーンストア・通信販売	アパレルメーカー
伊勢丹	しまむら	オンワード樫山
阪急百貨店	イオン	東京スタイル
高島屋	ベルーナ	ジュン
大丸	ユニー	リンク・セオリー・ジャパン
パレモ	ダイエー	イトキン
マックハウス	セシール	ワールド
日本トイザらス	西友	サンエー・インターナショナル
リオチェーン	イズミヤ	レナウン
など	イズミ	など
	など	

出所：会社側資料よりSR社作成

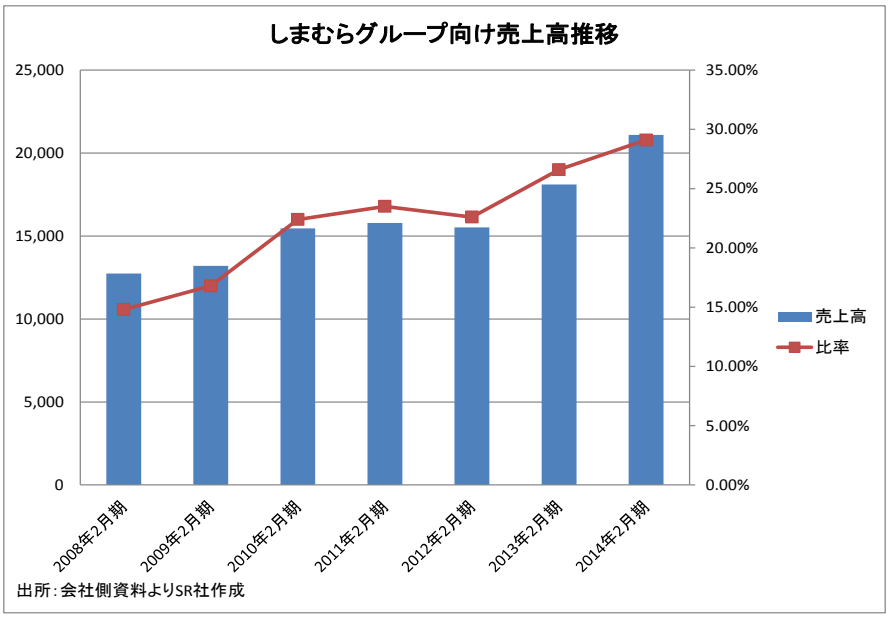
2014年2月期売上高上位10社

	売上高（百万円）	前年比	構成比
しまむらグループ	21,095	16.5%	29.1%
イオン（トップバリュー含む）	6,486	-5.1%	8.9%
ベルーナ	3,504	26.4%	4.8%
オンワード樫山	2,851	7.6%	3.9%
田原屋	1,669	22.9%	2.3%
パレモ	1,528	-16.0%	2.1%
ワールドプロダクションパートナーズ	1,369	20.5%	1.9%
イトキン	1,318	23.1%	1.8%
ディノスセシール	1,281	7.6%	1.8%
ダイエー	1,192	-3.5%	1.6%

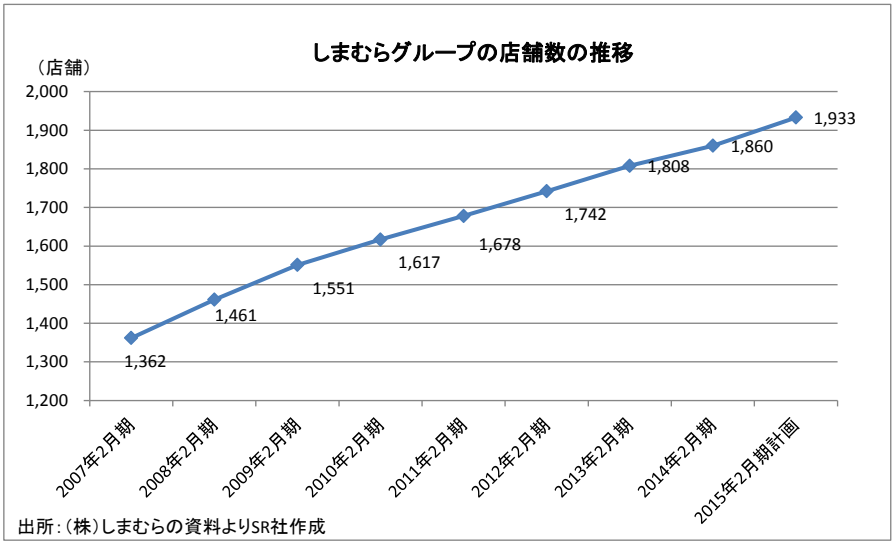
出所：会社側資料よりSR社作成

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

また、同社の主要取引先は、しまむらであり、同グループ売上高比率は 29.1%となっている（2014 年 2 月期）。



従って、しまむらの店舗数が増加していくことは、同社にとって追い風となる。2015 年 2 月期のしまむらグループは、出店が加速し 79 店舗程度の増加が見込まれているようだ。



Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

参入障壁

同社の主力事業であるアパレル事業およびテキスタイル・OEM 事業では、技術力と生産体制、および物流網を構築する必要があり、参入障壁は高いと考えられる。従って、次項で示す競合他社でも、同社の競合先は老舗企業が多く新規参入は少ない。

競合環境

競合先としては、クロスプラス（株）（東証 2 部 3320）。クロスプラスは、イトーヨーカ堂（（株）セブン＆アイ・ホールディングス、東証 1 部 3382）や、しまむらなどのチェーンストア向けに展開しているが、製造卸から小売業態にシフトしつつあり、同社製品も扱う取引先でもある。その他、メンズが強い美濃屋（株）（岐阜県）や、モリリン（株）（愛知県）、また（株）ポイント（東証 1 部 2685）向けに展開する豊島（株）等も競合先として挙げられよう。何れも、チェーンストア向けのアパレルとして発祥した企業であるが、チェーンストアの競争激化により、収益環境は最盛期と比較するとやや停滞している模様。

代替品

- 特に「ファスト・ファッション」ブランドが提供する、低価格のカジュアルウェア
- その他のファッション関連の消費（ヘアスタイル、ネイルケア、エステティックサロン）
- その他の消費分野（携帯電話料金、レジャー費用等）

経営戦略

260 余年の伝統を誇る同社創業一族の子孫である滝一夫氏は、国内外における利益成長への回帰を目指し、2011 年より同社の指揮を執る。

国内市場における一つの牽引役は、ベルーナ（東証 1 部 9997）やセシール（ディノス・セシール、フジ・メディア・ホールディングス（東証 1 部 4676）の子会社）といった未開拓であった通販事業者向けである。2014 年 2 月期おける売上高は前年比で各々26.4%増、7.6%増となっている。また同社によると、しまむらグループにおいても、「アベイル（カジュアル・アパレル店）」や「バースディ（ベビー・キッズ用品店）」には成長余地があるとみているようだ。

国内既存ビジネスの拡大にあたり、37 年間契約関係にあったアンクライン社との契約は 2012 年 12 月末で終了し（半年間は販売可）、アンクラインニューヨーク 32 店舗が全て、イ

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

タリアの「アントニオ・ベラルディ」のディフュージョンブランドである「ベラルディ」に替わった。ベラルディに業態を変えたのち、7 店舗（神戸元町大丸、大阪高島屋、横浜高島屋、京都高島屋、玉川高島屋、日本橋三越、アウトレット 1 店舗予定）を新規出店し、レギュラーサイズ、ペティートサイズ、プラスサイズといった 3 サイズで展開している。

小売事業は同社の成長ドライバーの重要なファクターであり、長期的に売上高 200 億円程度を想定している。同社は 2012 年 3 月、「ZOY」ブランドのゴルフウエアを手掛けるマックスアンドグローイング社を買収しているが、ベラルディは戦略上、より重要な位置づけとなろう。アンクライン社との契約では国内市場に制限されていたが、ベラルディとの契約ではグローバル販売となっている等、ビジネス展開の自由度が増している模様。初期段階としては国内百貨店で展開した後、サブライセンス契約先や海外市場への拡販を計画している模様である。

同社は海外市場には成長余地があると考えている。2012 年 2 月に発行されている同社資料によると、日本のアパレル製品は、輸出額が 4.9 億ドルに止まる一方、東アジアを主体とする輸入額は 216 億ドルと極端に輸入依存の構造となっている（日本アパレル工業技術研究会調査より）。主要先進国の中で、日本ほどアパレル製品の輸出が少ない国は見当たらず、その規模はアメリカの 10 分の 1、フランスの 18 分の 1 に過ぎない。

しかしながら同社によると、日本の繊維産業の有する技術力、品質、デザイン力などは世界有数との評価を得ている模様。従って、アパレルメーカーに求められる生産、技術、デザイン・クリエーション、ロジスティクスなどの機能を高度にコーディネートできれば、国際競争力を発揮し海外マーケットに活路を求めていくことも十分可能であると、同社はコメントしている。

同社にとって、海外展開は大きなテーマである。その布石として東アジア・欧米拠点の整備を進めるとともに、2010 年「グローバル・チャレンジ・プロジェクト」をスタートさせた。2011 年には、北米最大のカジュアル衣料の展示会である「MAGIC」へも同社初となる出展を果たした。北米市場においては、タキヒヨーインクとしての認知度（1970 年代～1990 年代にかけてダナキャランとビジネスを展開）を梃子に展開していきたいとコメントしている。

2012 年に入り「グローバル・チャレンジ・プロジェクト」の一例として、SCOTCH&SODA（オランダ）と提携した「ジャパンプログラム」が開始されており、日本製シャツ生地による現地展開が図られている。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

過去の財務諸表

2014 年 2 月期第 3 四半期実績

2013 年 12 月 26 日、同社は 2014 年 2 月期第 3 四半期決算を発表した。通期予想の変更はない。

売上高・売上総利益

2014 年 2 月期第 3 四半期累計期間における連結売上高は、610 億円（前年同期比 7.1%増）となった。引き続き大手チェーンストアや通販、駅ビル・ファッションビル系ブランドとの取り組み強化および新規開拓などが貢献し、増収を果たした。

顧客別には、しまむらグループ向け売上高が 169 億円（前年比 19.6%増）、売上構成比 27.8%（前年同期 24.9%）と大きく伸長した。特に、新規出店の多かったしまむらバースディ（ベビーキッズ用品店）において、76.8%増と伸び率が高かった。しまむら向けでは、競合他社が円安による粗利率の低下で受注を控えていることから、同社のシェアが向上しているようだ。また、オンワード樫山（売上高 23.9 億円、同 12.3%増）やイトキン（10.4 億円、同 20.5%増）といったアパレル大手向けも消費マインドの改善を受け伸長している。この他、イオンの PB であるトップバリュー向け（売上高 18.5 億円、同 12.8%増）や、通販向け売上高も伸長しており、特にベルーナ向けが 29.2 億円（同 34.6%増）、セシール向けが 9.6 億円（同 6.6%増）と堅調に推移している。

2013 年春夏シーズンからアンクラインに変わる新ブランド「BERARDI（ベラルディ）」を全国主要百貨店 30 店舗で立ち上げている。同ブランドへの評価は高いが、アンクラインの顧客層よりも若い層向けのブランドでもあるため、ブランド認知の向上に努めているとしている。

売上総利益率（累計）は、円安の影響から 20.6%と前年同期の 23.5%からは 2.9 ポイント低下した。7 月に「ホーチミン駐在員事務所」を開設し、引き続き、利益率低下を挽回すべく、中国内陸部及びベトナム、カンボジアをはじめとする ASEAN 諸国での生産拠点の拡充を進めた。

販売管理費は、物流費を中心に抑制され対売上高比率は 17.5%（前年同期 18.4%）に改善された。

営業利益（営業利益率）

売上総利益率の低下に伴い、営業利益（累計）は 18.4 億円（前年同期比 36.5%減）、営業利益率は 3.0%（前年同期 5.1%）となった。円高が進んだ前年同期比では大幅減益となったが、一昨年比では 4.9%の減益にとどまる。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

当期純利益

当期純利益（累計）は 12 億円（前年同期比 27.2%減）となった。通期見通しに対しての進捗率は100.3%と既に計画を超過しているが、例年第４四半期は利益水準が低い傾向がある。

同社は通期見通しに関しては、若干の誤差はあるかもしれないが、概ね計画通りで着地できるだろうとしている。また、2015 年 2 月期に関しては、消費増税後の影響を見定めたいとコメントしている。SR 社では、同社の方針が明確になった時点でヒアリングしていく予定。なお、為替に関しては、2015 年 2 月期分は既に予約済みとのことである。

2014 年 2 月期第 2 四半期実績

2013 年 9 月 27 日、同社は 2014 年 2 月期第 2 四半期決算を発表した。

売上高・売上総利益

2014 年 2 月期第 2 四半期における連結売上高は、373 億円（前年同期比 6.0%増）となった。引き続き大手チェーンストアや通販、駅ビル・ファッションビル系ブランドとの取り組み強化および新規開拓などが貢献し、増収を果たした。また、2013 年春夏シーズンからアンクラインに変わる新ブランド「BERARDI（ベラルディ）」を全国主要百貨店 30 店舗で立ち上げ、都心店舗を中心に売上高は順調に推移している模様。尚、旧ブランドとなるアンクラインはアウトレットにおいて 2013 年 6 月末までの販売となり、第 2 四半期末時点で在庫はゼロとなった模様である。

顧客別には、しまむらグループ向け売上高が 105.8 億円（前年比 16.1%増）、売上構成比 28.4%（前年同期 25.9%）と大きく伸長した。イオンの PB であるトップバリュー向け（売上高 11.0 億円、同 23.9%増）や、通販向け売上高も伸長しており、特にベルーナ向けが 19.3 億円（同 45.1%増）、セシール向けが 5.7 億円（同 3.9%増）と堅調に推移している。

６月には、同社がフランチャイジーとして展開している、コメダ珈琲店の２号店を東京、錦糸町に出店した。

売上総利益は 76 億円（前年同期比 8.6%減）、売上総利益率は 20.5%（前年同期 23.7%）となった。中国における生産スペースの安定的確保や、東南アジア諸国の生産拠点開拓に取り組んでいるものの、急激な円安進行により利益率低下を余儀なくされた。

販売管理費は、物流費を中心に抑制され対売上高比率は 19.2%（前年同期 19.8%）に改善された。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

営業利益（営業利益率）
売上総利益率の低下に伴い、営業利益は 4.9 億円（前年同期比 64.8%減）、営業利益率は 1.3%（前年同期 3.9%）となった。円高が進んだ前年同期比では大幅減益となったが、一昨年比では 51.6%の増益となっている。

当期純利益
当期純利益は 3.5 億円（前年同期比 53.1%減）となった。

尚、賃貸事業については、栄 3 丁目に同社が保有する不動産を、株式会社パルコに賃貸することを決定した。2014 年 10 月に、新店舗形態の商業施設である「ZERO GATE」がオープンする予定である。

また、第 2 四半期までの業績動向等を踏まえ、2014 年 2 月期通期の連結及び単体業績予想を下記の通り修正した。

2014 年 2 月期通期連結会社予想
売上高：80,000 百万円（前回予想 76,500 百万円）
営業利益：1,750 百万円（同 2,750 百万円）
経常利益：1,900 百万円（同 2,900 百万円）
当期純利益：1,200 百万円（同 1,700 百万円）

2014 年 2 月期通期単体会社予想
売上高：74,000 百万円（前回予想 70,000 百万円）
営業利益：1,550 百万円（同 2,350 百万円）
経常利益：1,700 百万円（同 2,500 百万円）
当期純利益：1,100 百万円（同 1,500 百万円）

2014 年 2 月期第 1 四半期実績

2013 年 6 月 28 日、同社は 2014 年 2 月期第 1 四半期決算を発表した。
売上高・売上総利益
2014 年 2 月期第 1 四半期における連結売上高は、196 億円（前年同期比 4.5%増）となった。春夏物商品の動向については天候不順や低気温などの影響により、各小売業態で厳しい状況となる中、引き続き大手チェーンストアや通販、駅ビル・ファッションビル系ブランドとの取り組み強化および新規開拓などが貢献し、増収を果たした。商品別では、レディースアパレル、ホームウェアが牽引した。また、2013 年春夏シーズンからアンクラインに変わる新ブランド「BERARDI（ベラルディ）」を全国主要百貨店 30 店舗で立ち上げ、都心店舗を中心に売上高は順調に推移している模様。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

顧客別には、しまむらグループ向け売上高が 56.5 億円（前年比 12.3%増）、売上構成比 28.8%（前年同期 26.8%）と大きく伸長した。イオンの PB であるトップバリュー向け（売上高 5.5 億円、同 6.4%増）や、通販向け売上高も伸長しており、特にベルーナ向けが 11.6 億円（同 53.4%増）、セシール向けが 3.4 億円（同 4.5%増）と堅調に推移している。

売上総利益は 41 億円（前年同期比 12.5%減）、売上総利益率は、20.9%（前年同期 25.0%）となった。中国における生産スペースの安定的確保や、東南アジア諸国の生産拠点開拓に取り組んでいるものの、円安進行により利益率低下を余儀なくされた。また、一部チェーンストアからの価格要求もシビアとなっている模様である。

営業利益（営業利益率）

売上総利益率の低下に伴い、営業利益は 3.7 億円（前年同期比 64.3%減）、営業利益率は 1.9%（前年同期 5.6%）となった。円高が進んだ前年同期比では大幅減益となったが、一昨年比では 8.8%の増益となっている。中間会社予想に対しての進捗率は 24.9%となった。

当期純利益

当期純利益は 2.7 億円（前年同期比 54.0%減）、中間会社予想に対しての進捗率は 30.1%となった。

中間および通期会社予想は据え置かれている。同社は、第 3 四半期には売上総利益率の改善を目指していく（円安によるコスト高を小売店側とシェアするなど）ことから下期以降の収益性の改善に期待している。

2013 年 2 月期通期実績

2013 年 3 月 29 日、同社は 2013 年 2 月期通期決算を発表した。

売上高・売上総利益

2013 年 2 月期通期連結売上高は、745 億円（前年比 7.6%増）となった。高付加価値、高機能性商品などの商品開発に加え、大手チェーンストアや通販、駅ビル・ファッションビル系ブランドとの取り組み強化および新規開拓などが貢献した。2012 年 2 月末に子会社化したゴルフウェアブランド「ZOY（ゾーイ）」を展開するマックスアンドグローイング社が通年寄与している。

また、2013 年春夏シーズンからアンクラインに変わる新ブランド「BERARDI（ベラルディ）」を全国主要百貨店 30 店舗で立ち上げたが、評判は上々とのこと。尚、アンクラインは 2013 年 6 月末までアウトレットで販売することとなる。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

顧客別には、しまむらグループ向け売上高が 183.0 億円（前年比 16.9%増）、売上構成比 24.6%（前年 22.6%）と大きく伸長した。イオンの PB であるトップバリュー向け（売上高 21.9 億円、同 104.5%増）や、通販向け売上高も伸長しており、特にベルーナ向けが 27.7 億円（同 74.6%増）となっている。

商品別売上高（単体）は、レディースアパレルが前年比 10.6%増、ベビー・キッズアパレルが同 1.0%減、ホームウェアが同 6.3%増、テキスタイル・OEM は同 4.8%増となっている。

売上総利益率（累計）は、22.5%と前年の 21.7%からは 0.8 ポイント改善した。中国における生産スペースの安定的確保や、東南アジア諸国の生産拠点開拓に取り組んだことが寄与した。一方、第 4 四半期（12－2 月期）だけを見ると、売上総利益率は 19.3%と前年同期の 20.4%から低下している。春物衣料の動きが、厳冬により鈍かったため（同社の小売店への販売は店頭販売よりも時期が早い）、一部値を下げて販売したことが響いた。3 月以降の春物衣料は順調に推移しているとのことである。また、為替予約をしているため、円安による影響は 2013 年 2 月期においては出ていない。

販売費・一般管理費（SG&A）

販売管理費（累計）は、2013 年 2 月期よりマックスアンドグローイング社が連結に加わっていることから、141 億円（前年比 8.7%増）となった。マックスアンドグローイング社分の販売管理費は 4.5 億円程度。アンクラインからベラルディへの店舗改装費は資産計上しているため、追加的な費用は特段発生していない。また、「犬山第二センター」の操業により、引き続き物流の集約化促進によるコスト低減に努めている。

営業利益（営業利益率）

増収効果や、売上総利益率の改善に伴い、営業利益（累計）は 27.4 億円（前年比 31.3%増）、営業利益率は 3.7%と前年の 3.0%から 0.7 ポイント改善した。セグメント別には、アパレル・テキスタイル関連事業が 23.3 億円（前年比 29.5%増）、賃貸事業が 1.5 億円（同 10.2%増）、その他事業が 2.5 億円（同 80.9%増）となった（2012 年 3 月に、フランチャイジーとしてコメダ珈琲店の 1 号店を出店し(その他事業)、事業分野の拡大に努めている）。

また、通期会社予想に対しての達成率は 94.6%と若干の未達に終わっている。第 4 四半期における売上総利益率の低下が影響した。尚、通期会社予想は、第 2 四半期決算発表時において上方修正されたものである（経常利益、当期純利益同様）。

当期純利益

当期純利益（累計）は 14.4 億円（前年比 70.8%増）、アンクラインの在庫評価損が特別損失として、0.7 億円程度、計上されている。通期会社予想に対しての達成率は 90.3%となった。

年間配当は一株当たり 8 円、配当性向は 26.0%となっている。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

2013 年 2 月期第 3 四半期実績

2012 年 12 月 26 日、同社は 2013 年 2 月期第 3 四半期決算を発表した。通期予想の変更はない。

売上高・売上総利益

2013 年 2 月期第 3 四半期累計期間における連結売上高は、569 億円（前年同期比 9.1%増）となった。大手チェーンストアや通販、駅ビル・ファッションビル系ブランドとの取り組み強化および新規開拓などが貢献した。顧客別では、ベビー・キッズ用品店のしまむらバースディ（前年同期比 69.7%増）や、ベルーナ（同 85.2%増）、セシール（同 11.7%増）といった通販や、イオンの PB であるトップバリュー（同 229.2%増）が伸長している。トップバリューは寝具が多い模様。第 3 四半期（9－11 月）においては、気温低下とともにコートやジャケット、ニット製品が好調に推移した。

また、2013 年 2 月末より展開予定の新ブランド「BERARDI（ベラルディ）」の展示会等での前評判は上々とのこと。「既存ブランドとはテイストが違う」、「斬新さがある」などといった評価が多いとのこと。

売上総利益率（累計）は、23.5%と前年同期の 22.1%からは 1.4 ポイント改善した。小売店において定価商品が堅調であったことに加え、中国における生産スペースの安定的確保や、東南アジア諸国の生産拠点開拓に取り組んだことが寄与した。

一方、第 3 四半期（9－11 月期）だけをみると、売上総利益率は前年同期比で若干低下（23.7%→23.2%）している。①8 月の猛暑により秋冬物の受注が弱かったこと、②利益率の高いエレガンス・アパレルの一部の動きが鈍かったこと、③大手アパレルメーカー向けの売上において、生地卸しが多かったこと（前年は利益率の高い製品卸しが多かった）等が影響した模様である。

販売費・一般管理費（SG&A）

販売管理費（累計）は、2013 年 2 月期よりマックスアンドグローイング社が連結に加わっていることから、105 億円（前年同期比 9.2%増）となったが、「犬山第二センター」の操業により、引き続き物流の集約化促進によるコスト低減に努めている。

営業利益（営業利益率）

増収効果や、売上総利益率の改善に伴い、営業利益（累計）は 28.9 億円（前年同期比 49.9%増）、営業利益率は 5.1%と前年同期の 3.7%から大きく改善している。また、通期見通しに対しての進捗率は 99.7%と高く、同社も通期見通しの達成には自信を見せている。尚、通期見通しは、第 2 四半期決算発表時において上方修正されたものである（経常利益、当期純利益同様）。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

当期純利益

当期純利益（累計）は 16.5 億円（前年同期比 173.7%増）、通期見通しに対しては 103.4%と既に計画を超過している。

また、為替に関しては、2012 年 12 月より大きく円安に動いているが（2013 年 1 月時点）、2014 年 2 月期第 2 四半期まで為替予約を行っている模様である。

2013 年 2 月期第 2 四半期実績

売上高・売上総利益

2013 年 2 月期第 2 四半期累計期間における連結売上高は、352 億円（前年同期比 10.9%増）となった。前年比で増収となった要因は、前年の東日本大震災による影響の反動による部分が大きい。一方、期初見通しの 335 億円に対しては、5.0%上振れての着地となった。期初見通しが保守的であったことに加え、大手チェーンストアや通販、駅ビル・ファッションビル系ブランドとの取り組み強化および新規開拓などが貢献した。

売上総利益率（6-8 月期）は、22.3%と前年同期の 20.2%から 2.1 ポイント改善している。小売店において定価商品が堅調であったことに加え、ベトナム、ミャンマーなど東南アジア諸国の生産拠点開拓に取り組んだことが寄与した。

販売費・一般管理費（SG&A）

販売管理費（累計）は 69.7 億円（前年同期比 9.9%増）、売上高比率は 19.8%（前年同期 20.0%）と 0.2 ポイント改善した。新たな物流センターである犬山第二センターの操業開始が貢献した。

営業利益（営業利益率）

増収効果、売上総利益率の改善、販売管理費の抑制等により、営業利益（累計）は 13.8 億円（前年同期比 4.1 倍）、期初見通しの 5.5 億円に対して 2.5 倍と大きく超過した。

当期純利益

当期純利益（累計）は 7.5 億円（前年同期は 3.3 億円の純損失）、期初見通しの 3 億円に対しては 2.5 倍となった。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

損益計算書

損益計算書 （百万円）	10年2月期 連結	11年2月期 連結	12年2月期 連結	13年2月期 連結	14年2月期 連結
売上高					
アパレル・テキスタイル関連事業	65,076	63,229	65,280	70,106	74,587
前年比	−12.2%	−2.8%	3.2%	7.4%	6.4%
賃貸事業	−	115	276	283	273
前年比	−	−	140.0%	2.5%	−3.5%
その他	3,788	3,854	3,740	4,157	4,509
前年比	−15.5%	1.7%	−3.0%	11.1%	8.5%
売上高	**68,865**	**67,199**	**69,297**	**74,547**	**79,370**
前年比	−12.3%	−2.4%	3.1%	7.6%	6.5%
売上原価	54,537	53,925	54,273	57,758	63,362
売上総利益	**14,327**	**13,274**	**15,023**	**16,788**	**16,008**
前年比	−7.4%	−7.3%	13.2%	11.7%	−4.6%
売上総利益率	20.8%	19.8%	21.7%	22.5%	20.2%
返品調整引当金繰入額	−17	−6	7	−11	−7
差引売上総利益	**14,344**	**13,280**	**15,016**	**16,799**	**16,015**
販売費及び一般管理費	13,644	12,885	12,925	14,055	14,093
売上高販管費比率	19.8%	19.2%	18.7%	18.9%	17.8%
営業利益	**699**	**395**	**2,090**	**2,744**	**1,921**
前年比	−45.0%	−43.4%	428.6%	31.3%	−30.0%
営業利益率	1.0%	0.6%	3.0%	3.7%	2.4%
営業外収益	668	902	240	310	270
営業外費用	171	146	162	178	182
経常利益	**1,196**	**1,150**	**2,168**	**2,875**	**2,010**
前年比	−32.8%	−3.8%	88.4%	32.6%	−30.1%
経常利益率	1.7%	1.7%	3.1%	3.9%	2.5%
特別利益	244	134	54	84	102
特別損失	436	295	770	319	104
法人税等	492	398	607	1,197	854
税率	49.0%	40.2%	41.8%	45.3%	42.5%
少数株主利益	−	−	−	−	
当期純利益	**573**	**592**	**845**	**1,444**	**1,152**
前年比	−42.4%	3.3%	42.8%	70.8%	−20.2%
利益率	0.8%	0.9%	1.2%	1.9%	1.5%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

過去の会社予想と実績の差異

期初会社予想と実績（百万円）	10年2月期 連結	11年2月期 連結	12年2月期 連結	13年2月期 連結	14年2月期 連結
売上高（期初予想）	76,000	70,300	68,000	72,000	76,500
売上高（実績）	68,865	67,199	69,297	74,547	79,370
期初会予と実績の格差	**-9.4%**	**-4.4%**	**1.9%**	**3.5%**	**3.8%**
営業利益（期初予想）	1,700	1,280	950	2,300	2,750
営業利益（実績）	699	395	2,090	2,744	1,921
期初会予と実績の格差	**-58.9%**	**-69.1%**	**120.0%**	**19.3%**	**-30.1%**
経常利益（期初予想）	1,800	1,660	1,550	2,370	2,900
経常利益（実績）	1,196	1,150	2,168	2,875	2,010
期初会予と実績の格差	**-33.6%**	**-30.7%**	**39.9%**	**21.3%**	**-30.7%**
当期利益（期初予想）	1,000	1,000	710	1,400	1,700
当期利益（実績）	573	592	845	1,444	1,152
期初会予と実績の格差	**-42.7%**	**-40.8%**	**19.0%**	**3.1%**	**-32.2%**

出所：会社データよりSR社作成

＊表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

同社の実績は、期初予想と乖離することが多い。同社のトップマネジメントは、家業であるビジネスを常に大きくしたいと考えているが、その過程においてプラスのこともあればマイナスのこともあり、全てを読み切れるわけではないと考えている。想定通りにならなければ、軌道修正は行うが、多少の乖離はやむを得ないというのが、同社のポリシーでもある。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

貸借対照表

貸借対照表 （百万円）	10年2月期 連結	11年2月期 連結	12年2月期 連結	13年2月期 連結	14年2月期 連結
資産					
現金・預金	3,006	1,781	2,428	3,136	2,917
売掛金	16,534	16,335	15,871	15,631	17,334
たな卸資産	3,164	4,004	3,672	3,950	4,150
繰延税金資産	143	298	21	21	22
その他	414	465	1,457	3,517	2,035
貸倒引当金	-23	-33	-64	-20	-13
流動資産合計	**23,239**	**22,853**	**23,388**	**26,235**	**26,445**
建物	1,964	1,840	1,883	1,706	1,715
機器	1,114	1,097	1,146	1,346	1,382
土地	12,105	14,076	18,224	17,720	17,656
リース資産	2	78	66	49	32
建設仮勘定	-	-	25	2	1
有形固定資産合計	**15,186**	**17,093**	**21,348**	**20,826**	**20,788**
貸倒引当金	-339	-319	-123	-137	-106
投資その他の資産合計	**6,126**	**5,815**	**5,684**	**5,761**	**5,518**
無形固定資産合計	**89**	**71**	**529**	**488**	**441**
固定資産合計	**21,402**	**22,979**	**27,561**	**27,076**	**26,748**
資産合計	**44,642**	**45,833**	**50,949**	**53,311**	**53,193**
負債					
買掛金	9,521	8,210	8,916	9,684	9,974
短期有利子負債	1,930	3,360	2,943	1,280	2,680
未払金	2,126	1,580	1,640	2,013	1,982
その他	750	1,120	1,160	2,330	1,081
流動負債合計	**14,327**	**14,270**	**14,659**	**15,307**	**15,717**
長期有利子負債	1,500	2,825	5,963	4,725	3,825
その他	1,029	1,176	1,394	1,672	1,907
固定負債合計	**2,529**	**4,001**	**7,357**	**6,397**	**5,732**
有利子負債（短期及び長期）	3,430	6,185	8,906	6,005	6,505
負債合計	**16,857**	**18,271**	**22,016**	**21,704**	**21,449**
純資産					
資本金	3,622	3,622	3,622	3,622	3,622
資本剰余金	4,148	4,148	4,148	4,148	4,148
利益剰余金	22,098	20,721	21,186	21,911	22,727
自己株式	-1,512	-235	-440	-601	-577
その他包括利益累計額（評価換算差額等）	-651	-787	305	2,387	1,674
新株予約権	79	92	112	137	148
少数株主持分	-	-	-	-	-
純資産合計	**27,785**	**27,561**	**28,933**	**31,606**	**31,744**
運転資金	10,177	12,129	10,627	9,897	11,510
有利子負債合計	3,430	6,185	8,906	6,005	6,505
ネット・デット	424	4,404	6,478	2,869	3,588

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

資産

同社の資産は固定資産が大部分を占めてきた（土地、建物などの有形固定資産ならびに投資有価証券および長期差入保証金などその他の固定資産）。貸借対照表から土地を控除すると、現金および運転資本といった流動資産の構成比が高くなる。つまり同社は生産設備を保有していないため、運転資本が同社のビジネス特性上、重要な要素といえる。

負債

流動負債は 2009 年 2 月期までの期間、負債総額の 90%程度を占めていたが、2010 年 2 月

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

期以降は土地の取得による長期借入金の増加と共に 2014 年 2 月期は 73%まで低下している。

純資産

同社の純資産は 2007 年 2 月期以降、純利益計上に伴う内部留保よりも自己株式の消去や土地・投資有価証券の評価・換算差額等が大きく、減少傾向にあった。2011 年 2 月期以降は、緩やかながら増加している。

発行済株式数

同社は自己株式の取得と消去には積極的である。2007 年 2 月以降 2013 年 2 月末までの期間、合計で 18.5%もの自己株式消去を行った。

一株当りデータ（円）	10年2月期 連結	11年2月期 連結	12年2月期 連結	13年2月期 連結	14年2月期 連結
期末発行済株式数（千株）	**51,532**	**48,000**	**48,000**	**48,000**	**48,000**
EPS	11.7	12.3	18.0	30.8	24.7
EPS（潜在株式調整後）	11.7	12.3	17.8	30.6	24.5
DPS	8.0	8.0	10.0	8.0	8.0
BPS	574.5	579.0	614.1	675.8	677.7

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

	発行済み株式数（千株）	自己株式消去数 （千株）	発行済み株式数に対する割合
2007年2月	56,682	946	1.67%
2008年3月	55,282	1,400	2.53%
2008年10月	54,532	750	1.38%
2009年3月	52,532	2,000	3.81%
2009年4月	51,532	1,000	1.94%
2010年3月	50,532	1,000	1.98%
2010年4月	49,500	1,032	2.08%
2010年4月	48,500	1,000	2.06%
2011年1月	48,000	500	1.04%

出所：会社データよりSR社作成

一方、同社は、顧客や取引先とみられる株式を保有している（2014 年 2 月期末時点で 43 億円の保有、総資産の 8.0%）。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

キャッシュ・フロー計算書

キャッシュフロー計算書（百万円）	10年2月期 連結	11年2月期 連結	12年2月期 連結	13年2月期 連結	14年2月期 連結
営業活動によるキャッシュフロー（1）	2,675	−1,357	3,497	3,554	−837
投資活動によるキャッシュフロー(2)	−3,368	−1,885	−4,572	579	446
FCF（1+2）	**−693**	**−3,242**	**−1,075**	**4,133**	**−391**
財務活動によるキャッシュフロー	−34	2,053	1,723	−3,540	123
減価償却費及びのれん償却費（A）	250	263	267	335	339
設備投資（B）	−4,419	−2,225	−4,334	−330	−407
運転資金増減（C）	−1,833	1,952	−1,502	−730	1,613
単純FCF（NI+A+B−C）	**−1,763**	**−3,322**	**−1,720**	**2,179**	**−529**

出所：会社データよりSR社作成
*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

営業活動によるキャッシュ・フロー

同社の営業キャッシュ・フローは、運転資本の増減に影響を受ける。同社の純利益は 5 億円から 10 億円の間で推移しているが、運転資金の増減は 10 億円から 20 億円となっている。利益率が相対的に低いために、このような現象が生じていると推測される。 また、特にテキスタイル事業におけるサプライヤーは、下請法に入るような零細企業が多く、90 日以内の支払手形で払わなければならない。一方で、アパレルメーカーへの受取手形の期間はやや長く、短期的には売上の伸びと共に営業キャッシュ・フローは鈍化する。

投資活動によるキャッシュ・フロー

2009 年 2 月期以降の投資キャッシュ・フローがマイナスであるのは、土地の取得による要素が大きい。また、2012 年 2 月には土地の取得に加え、マックスアンドグローイング社を買収（4.4 億円）、および投資有価証券の購入（2.6 億円）に起因している。

財務活動によるキャッシュ・フロー

2011 年 2 月期、および 2012 年 2 月期における比較的多額の収入は、土地取得に伴う長期借入金による。それ以前に支出が超過しているのは、断続的に自己株式の取得を行っていることに起因している。

自己株式の取得（百万円）	2009年2月期	2010年2月期	2011年2月期	2012年2月期	2013年2月期	2014年2月期
	2,082	913	315	231	168	2

出所：会社側資料よりSR社作成

単純フリーキャッシュ・フロー

単純フリー・キャッシュ・フローに関しては、投資キャッシュ・フローがマイナスであるため、2008 年 2 月期以来マイナスが続いているが、2014 年 2 月期時点において現預金を 29 億円、投資有価証を 43 億円保有しており、短期的に資金難に陥る可能性は小さいと考えられる。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

キャッシュ・コンバージョンサイクル	10年2月期 連結	11年2月期 連結	12年2月期 連結	13年2月期 連結	14年2月期 連結
売掛金回転率	3.8	4.1	4.3	4.7	4.8
売掛金回転日数	**95.0**	**89.3**	**84.8**	**77.1**	**75.8**
在庫回転率	16.5	15.0	14.1	15.2	15.6
在庫回転日数	**22.1**	**24.3**	**25.8**	**24.1**	**23.3**
買掛金回転率	5.4	6.1	6.3	6.2	6.4
買掛金回転日数	**67.8**	**60.0**	**57.6**	**58.8**	**56.6**
キャッシュ・サイクル（日）	**49.3**	**53.5**	**53.0**	**42.4**	**42.5**

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

同社の現金回収サイクルは、売掛金回転日数が買掛金回転日数より期間が長いために回収に時間を要している。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

その他情報

沿革

同社は、名古屋に現存する繊維商社としては最も古い歴史を有している。愛知県は古くから繊維の産地として知られており、尾張織物として江戸時代から全国に流通していた。なかでもタキヒヨーは十代、260 余年の伝統を誇る老舗であり、滝家のルーツは南北朝（1336～1392 年）のころ後醍醐天皇の王子、熊野宮信雅親王を奉じて北朝軍と戦った滝某という武将の子孫であると伝えられている。タキヒヨーをおこした初代兵右衛門は、若くから商人を志し、京都で始業した後 1751 年に呉服商「絹屋」を創業した。

第 4 代社長である兵右衛門は、それまで金融機構が必ずしも整備されていなかった名古屋地方に商工業育成の目的を持って名古屋銀行（東海銀行の前身）を設立し（1882 年）、自ら頭取に就任した。また、同氏は 1888 年に、瀧兵右衛門商店と呼称を変更し、「瀧兵（読み：タキヒョー）」として親しまれることになる。

第 7 代社長、滝富夫氏（就任 1963 年～1978 年、現名誉顧問）は、第 6 代社長瀧兵右衛門（瀧秀之助）氏の長男であり、伊藤忠商事を経て 1960 年に同社入社、1963 年に 28 歳の若さで社長に就任する。1967 年、200 年以上の長い伝統を持つ瀧兵の社名をタキヒヨー（読み：タキヒョー）とカタカナに変更した。当時、瀧兵を多くの人に“タキヘイ”と呼ばれてしまい、「社名を正確に読んでもらわなければ、同社を知っている人だけとビジネスをしていたのでは成長はない、誰にでもわかるような社名にしなければならない」というのが、第 7 代社長の考えであった。その理念のもとに、懇意であり東京オリンピックのポスター制作に携わっていたグラフィックデザイナー、亀倉雄策氏に同社のロゴデザインを依頼し、タキヒヨーというロゴができあがった。

タキヒヨー

出所：会社側資料

滝富夫氏は和装から洋装への変革を遂げ、チェーンストアとの取り組みを強めた。取引先であった岡田屋・フタギ・シロの提携によるジャスコ（現在のイオン）の設立、西川屋・ほていやの提携（同ユニーG）などを推し進めた。東洋最大といわれた縫製工場の開業、1973 年にはアンクライン社に資本参加し、ダナキャランをアメリカで IPO させた。現在のタキヒヨーのすべての礎を築いたとされる。また、専業化の途を進んできた同社は、衣食住の全般に関わる事業展開を目指し多角化を進めた。一方、業績の拡大に対応しきれない面が各所に現れており、近代的かつ能率的なオフィスの確保が急務と考えていた同社は、1973 年に超高層本社ビルタキヒヨー丸の内ビルを完成させた。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

オイルショックに端を発した日本経済の失速・低落は、回復の兆しを見せないままに継続し、とりわけ繊維業界においては、長期低落現象が続いていくことになる。「新シイ人　新シイ考エ」を社内スローガンに掲げ、時代にマッチした新商品の開発・生産・販売・流通などの施策を進めることになったが、業績は不本意なままに推移し、超高層ビル建設借入金負担や関連企業の収益も悪化した。1977 年 2 月期、財務体質強化のために滞留在庫一掃を断行し、処分損を計上することとなり、同社史上はじまって以来となる 39 億円の経常損失となった。

第 8 代社長の伊藤是介氏（1978 年～1994 年）は東海銀行出身であり、親族以外では初の社長として就任する。本社ビルの売却や不採算部門の効率化など経営再建に取り組む。海外提携製品の紳士服、メリヤス部門、アンクライン以外の百貨店対象の婦人服部門が整理対象となった。当初再建には 7 年計画で臨んでいたが、1980 年 2 月期決算から黒字を計上し 1982 年 2 月期に繰越欠損は解消、そして再建は見込みより 4 年早く完了した。再建完了後は、販売チャネルの再編、ウォルト・ディズニー・エンタープライズ（現ウォルト・ディズニー・ジャパン）とライセンス契約を結び、ディズニーベビーの取り扱いなどの功績があった。1991 年、同社は創業 240 年を迎え、21 世紀を見据える中で長期安定資金や優秀な人材の確保などによる企業体質強化が必要と考え、名古屋証券取引所に株式上場の具体的手続きを進めるに至った。

第 9 代社長、滝茂夫氏（1994 年～2011 年）は 7 代目社長滝富夫氏の弟（四男）にあたる。ディズニーとのライセンスビジネスの拡大や、専門店との取引強化、TAC-PAC や Zac-Pac といった直営店展開、さらに海外生産の拡大、物流網の整備などを遂げた。2002 年東京証券取引所第二部へ、2005 年同一部への上場を果たした。中部財界のリーダーとしての公職への要請が後を絶たず、「ナゴヤファッション協会」の会長へ 2010 年就任、2011 年「中部経済同友会」の筆頭代表幹事へ就任した。公職が多忙となり同氏が 2011 年に 60 歳を迎える中で、十代社長へとバトンタッチをすることとなる。

第 10 代社長、滝一夫氏（2011 年 3 月～）は 7 代目社長の長男、9 代目社長の甥にあたる。

ニュース&トピックス

2013 年 9 月
2013 年 9 月 27 日、同社は 2014 年 2 月期第 2 四半期決算と業績予想の修正を発表した。

2013 年 7 月
2013 年 7 月 1 日、同社はホーチミン駐在員事務所開設と、栄三丁目の所有不動産の有効活用について発表した。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

同社は、ベトナムを主体とした東南アジア諸国の情報収集、東南アジア諸国での生産背景の開拓、納期管理・品質管理などの買付補助を目的としてホーチミン駐在員事務所を開設することとなった。

また、同日、同社が名古屋市中区栄三丁目に所有する不動産（公簿上の面積は 3,066.55 ㎡）の有効活用に向け、株式会社パルコへ一括して賃貸することを決定した。契約開始日は、所定の手続きが完了し建築工事着工の準備が整い次第となる。

2013 年 3 月
2013 年 3 月 1 日、同社は組織改編の実施を発表した。

同社は、2013 年 3 月 1 日付けで、部の垣根を越えた商品企画や新規取引先の開拓など、シナジー効果を最大限、発揮しうる体制を目的とし、アパレル製品を取り扱う「第 1 営業部・第 2 営業部・第 3 営業部」を「アパレル営業部」として統合することを発表した。また「リテール営業部」について今春より、百貨店ブランドである AKNY（アンクライン・ニューヨーク）を BERARDI（ベラルディ）へ全面的にコンバージョン（ブランド一新）を行ったことに伴い、傘下の部名の「BERARDI ブランド」への変更を行った。

大株主

2014年2月時点

大株主上位10名	所有株式数の割合
株式会社旭洋興産	29.38%
株式会社三菱東京UFJ銀行	2.69%
第一生命保険株式会社	2.50%
日本生命保険相互会社	2.06%
タキヒヨー取引先持株会社	1.98%
滝茂夫	1.61%
三井住友信託銀行株式会社	1.25%
株式会社中京銀行	1.19%
滝一夫	1.17%
株式会社ソトー	1.03%

出所：会社データよりSR社作成

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

トップマネジメント

同社取締役会長である滝茂夫氏（1951 年生まれ）は、1974 年モビリア（株）に入社、営業部長を経て、1986 年同社に入社する。1989 年同社取締役に就任し以後シャンパール、アンクライン、ダナキャラン等を担当する。1994 年に同社取締役社長、2011 年同社取締役会長に就任。

同社取締役社長である滝一夫氏（1960 年生まれ）は、アメリカニューヨーク州のフォーダム大学経済学部を 1986 年に卒業しているが、大学入学前から渡米し、若くから英語力を身に付けた。大学卒業後は大手アパレルの（株）ワールドに入社、主力ブランド「コルディア」を担当していた。1990 年に同社に入社し、2011 年に同社取締役社長に就任。同氏は、同社 7 代目社長、滝富夫氏（現名誉顧問）の長男であり、現会長滝茂夫氏の甥に当たる。

従業員

2014 年 2 月末時点の同社連結ベースの従業員数は 958 名、臨時雇用者の年間平均雇用人員は 467 名。また、単体ベースでは従業員 627 名、臨時雇用者の年間平均人員は 113 名である。

2014 年 2 月期の単体ベースの従業員の平均年齢、平均勤続年数、平均年間給与は以下の通りとなっている。

- 平均年齢：38.0歳
- 平均勤続年数：13.1年
- 平均年間給与：4,832千円

株主還元

同社は、安定配当（年間 8 円）を実施している（2012 年 2 月期は記念配当を含め 10 円）。評価損等キャッシュアウトのない損失が特別損失として計上されていた 2012 年 2 月期以前の配当性向は高く 50%～60%の範囲で実施されていたが、2013 年 2 月期は特別損失が沈静化し 26.0%となっている。一方、自社株買いは、状況により時折実施されており、2013 年 2 月期は、479,000 株の自社株買いが行われた（発行済み株式数の 1.0%）。

毎年 2 月末日及び 8 月末の株主名簿に記載された 1,000 株以上所有の株主に、オリジナル製品（2013 年 2 月 ルームディフューザー、2013 年 8 月 バスタオルセット）を贈呈している。また、2 月末日時点で、1,000 株以上の株主を対象に 50 万円分の旅行券を抽選で 10 名に贈呈している。

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

企業概要

企業正式名称	本社所在地
タキヒヨー株式会社	451-8688 愛知県名古屋市西区牛島町６－１ 名古屋ルーセントタワー 22F･23F･24F
代表電話番号	**上場市場**
052-587-7111	東証１部
設立年月日	**上場年月日**
1912 年 11 月 15 日	1994 年 7 月 6 日
HP	**決算月**
http://www.takihyo.co.jp/	2 月
IR コンタクト	**IR ページ**
	http://www.takihyo.co.jp/ir/?PHPSESSID=2c61cd211c3635c62528d50af42fb7b6
IR メール	**IR 電話**

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved

会社概要

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

SR社の現在のレポートカバレッジは次の通りです。

アートスパークホールディングス株式会社
あい ホールディングス株式会社
アクリーティブ株式会社
株式会社アクセル
アニコムホールディングス株式会社
株式会社アパマンショップホールディングス
アンリツ株式会社
イオンディライト株式会社
株式会社イエローハット
株式会社伊藤園
株式会社インテリジェント　ウェイブ
株式会社インフォマート
株式会社エス・エム・エス
SBSホールディングス株式会社
エレコム株式会社
エン・ジャパン株式会社
株式会社オンワードホールディングス
株式会社ガリバーインターナショナル
キヤノンマーケティングジャパン株式会社
KLab株式会社
グランディハウス株式会社
株式会社クリーク・アンド・リバー社
ケネディクス株式会社
株式会社ゲームカード・ジョイコホールディングス
ケンコーコム株式会社
コムシスホールディングス株式会社
株式会社ザッパラス
サトーホールディングス株式会社
株式会社サニックス
株式会社サンリオ
Jトラスト株式会社
GCAサヴィアン株式会社
シップヘルスケアホールディングス株式会社
株式会社ジェイアイエヌ
ジャパンベストレスキューシステム株式会社
スター・マイカ株式会社
株式会社スリー・ディー・マトリックス
株式会社ダイセキ
株式会社高島屋
タキヒヨー株式会社
株式会社多摩川ホールディングス
株式会社チヨダ
DIC株式会社
株式会社デジタルガレージ
株式会社TOKAIホールディングス
株式会社ドリームインキュベータ
株式会社ドン・キホーテ
内外トランスライン株式会社
ナノキャリア株式会社
日進工具株式会社
日本エマージェンシーアシスタンス株式会社
日本駐車場開発株式会社
株式会社ハーモニック・ドライブ・システムズ
株式会社ハピネット
パナソニック インフォメーションシステムズ株式会社
株式会社パルス
ビジョン株式会社
フィールズ株式会社
株式会社フェローテック
フリービット株式会社
株式会社ベネフィット・ワン
株式会社ベリテ
株式会社ベルパーク
松井証券株式会社
株式会社マックハウス
株式会社 三城ホールディングス
株式会社ミライト・ホールディングス
株式会社メディネット
株式会社モブキャスト
株式会社夢真ホールディングス
株式会社ラウンドワン
リゾートトラスト株式会社
株式会社良品計画
レーザーテック株式会社
株式会社ワイヤレスゲート

※投資運用先銘柄に関するレポートをご所望の場合は、弊社にレポート作成を委託するよう
各企業に働きかけることをお勧めいたします。また、弊社に直接レポート作成をご依頼頂くことも可能です。

ディスクレーマー

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものでもありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。
本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。
SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与えうる利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

http://www.sharedresearch.jp
Email: info@sharedresearch.jp

株式会社シェアードリサーチ
東京都文京区千駄木 3-31-12
電話番号　(03) 5834-8787

Copyright (C) 2013 Shared Research Inc. All Rights Reserved